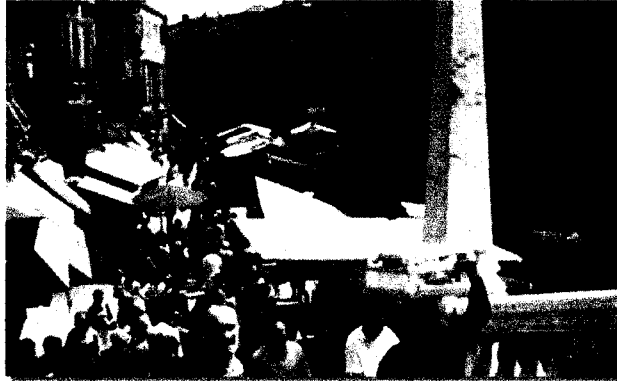




berubah. Mobil yang beredar membuat lalu lintas semrawut dan tidak tertata di sepanjang jalan yang digunakan dari kota besar sebagai tempat bertemu dan pasar/perdagangan. Dan kejadian itu telah berjalan selama berabad-abad dan kini di dalam konflik terbuka.



Secara otomatis ada sesuatu yang baik menyeimbangkan antara fungsi kota sebagai tempat bertemu (meeting place), pasar (market place) dan lalu lintas ruang (traffic space). Pola teladan ini berkembang di dalam sejumlah kota besar, tua, awet, seperti Venice, Italia, mengarah kesitu.



Perdagangan dan lalu lintas sudah dengan sepenuhnya mengubah karakter selama abad 20 itu. Mobil sudah mengambil alih jalan ( Madrid, Spanyol, ditinggalkan jauh), dan belanja telah berpindah ke dalam bangunan bawah tanah yang menjadi pusat perbelanjaan, Nagoya, Jepang).



beberapa fasilitas komersial yang akan mendukung kebutuhan itu dalam periode waktu yang berbeda-beda, yaitu :<sup>20</sup>

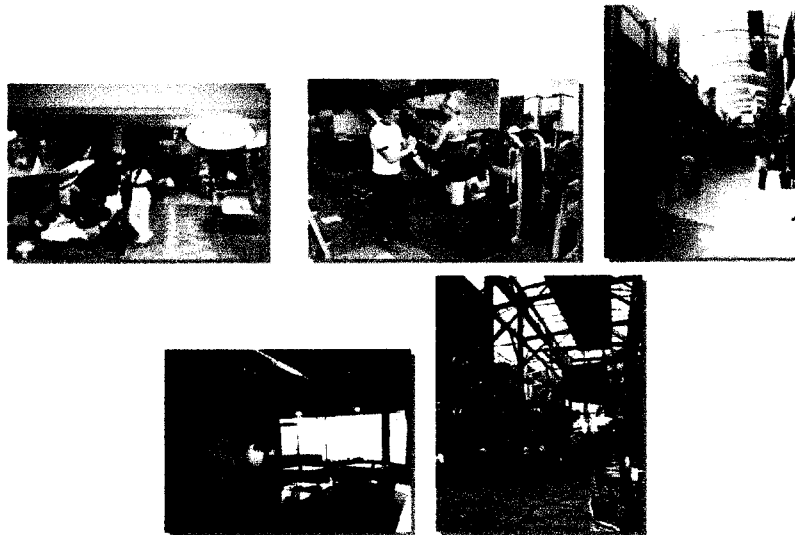
1. Periode waktu 07.00 – 21.30 WIB

Pujasera, cafetaria dan coffe shop.



2. Periode waktu 08.00 - 21.30 WIB

Department store/supermarket, pertokoan, kios dan los, fitness center, timezone dan restoran.



3. Periode waktu 08.00 – 03.00 pagi

Bioskop, karaoke, night club, dan billiard

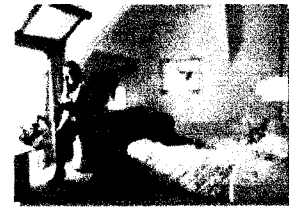


<sup>20</sup> Pengamatan sendiri dan sumber gambar dari google



#### 4. Periode waktu 24 jam aktif

Hotel melati dan beberapa toko, kios, restoran, cafeteria dan coffe shop.



Dari beberapa pengamatan diatas dapat dilihat beberapa aktifitas yang terjadi dalam kurun waktu 24 jam. Aktivitas tersebut telah membutuhkan waktu yang telah ditetapkan berdasarkan fungsi ruangnya. Jadi dalam usaha pencapaian waktu 24 jam pada shopping arcade dapat direncanakan dengan baik dari beberapa tinjauan tersebut.

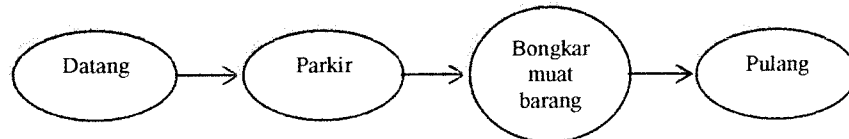


## f. Kendaraan



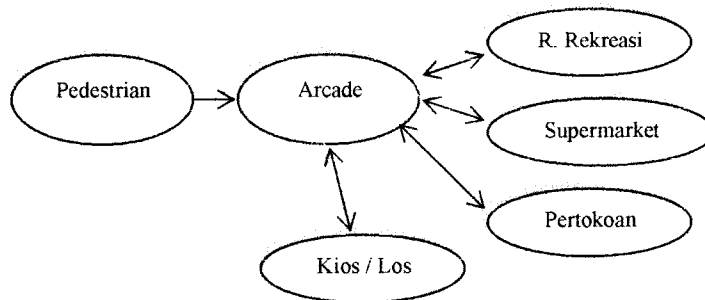
Pola pelaku kendaraan pribadi (sumber ; analisa)

## g. Kendaran barang



Pola pelaku kendaraan barang/servis (sumber ; analisa)

## h. Pejalan kaki



Pola pelaku pejalan kaki (sumber ; analisa)

## 3.1.6. Organisasi Ruang

Organisasi ruang membutuhkan transformasi dari pola hubungan ruang yang lebih spesifik dari kegiatan yang diwadahi. Dalam perencanaan pola organisasi ruang yang menjadi dasar pertimbangan adalah :

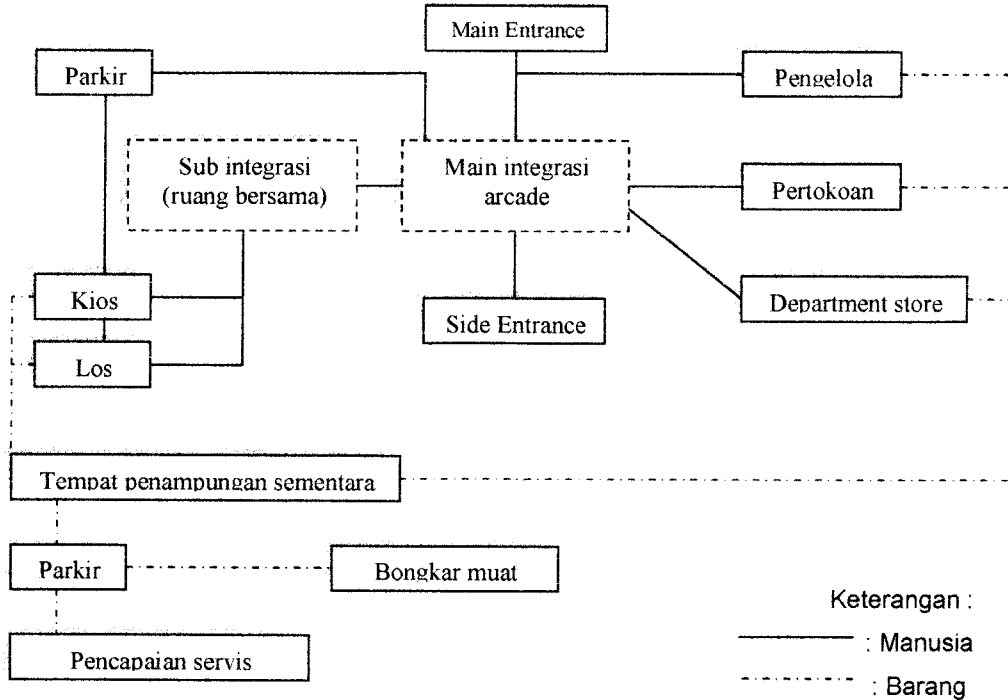
- Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi kegiatan yang diwadahi yaitu sebagai fasilitas belanja
- Sirkulasi harus menciptakan daya tarik dan nilai strategis yang sama terhadap semua ruang dagang



- Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan suasana belanja konsumen dengan memberikan sirkulasi yang cukup.

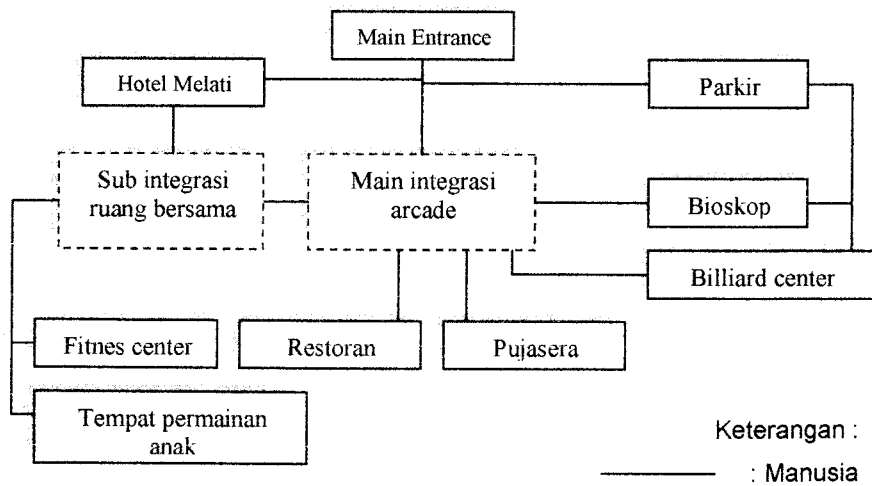
Adapun organisasi ruang tersebut adalah sebagai berikut :

a) Organisasi ruang fasilitas perbelanjaan



Skema analisa organisasi ruang perbelanjaan (sumber ; analisa)

2. Organisasi ruang kegiatan rekreasi dan hunian (hotel melati)

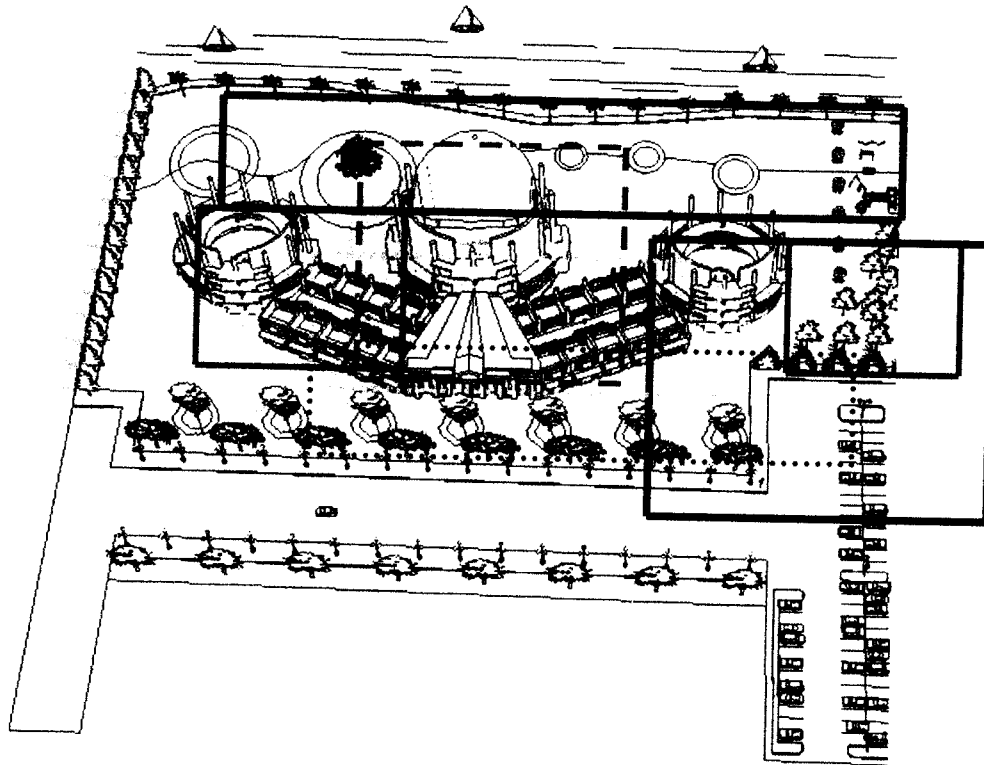


Skema analisa organisasi ruang rekreasi (sumber ; analisa)



### 3.3.6. Skema pembagian wilayah kegiatan.

Perwilayahan kegiatan dipisahkan berdasarkan pada aktivitas kegiatan periode waktu kegiatan yang berbeda dalam shopping arcade.



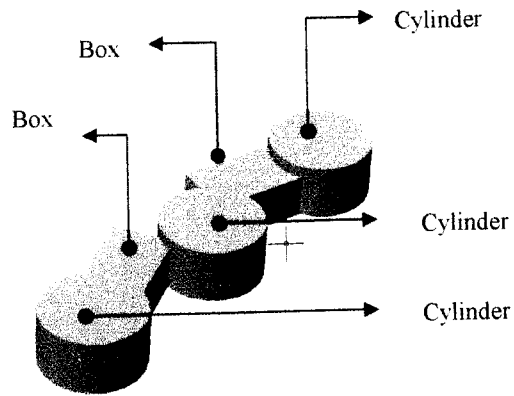
- Zona main entrance dan pengelola
- ..... Zona Hunian dan pusat perbelanjaan
- Zona rekreasi
- - - - - Zona penghubung unit bangunan
- Zona Perbelanjaan



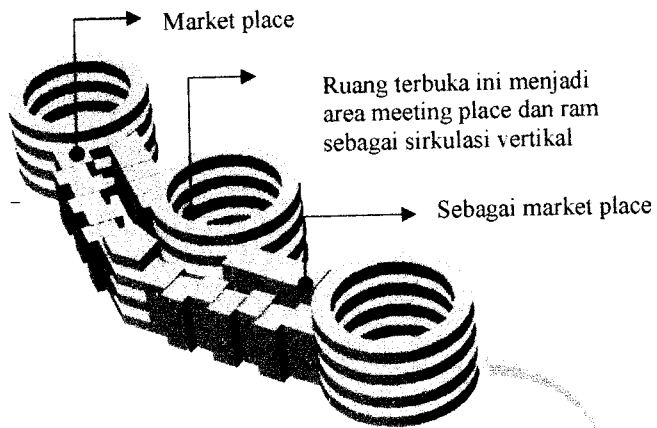
3.3.7. Skema gubahan massa

Komposisi dari geometri bentuk secara tiga dimensi sebagai bentuk dasar bangunan dalam bentuk gubahan massa, dan juga merespon meeting place, market place, dan traffic space.

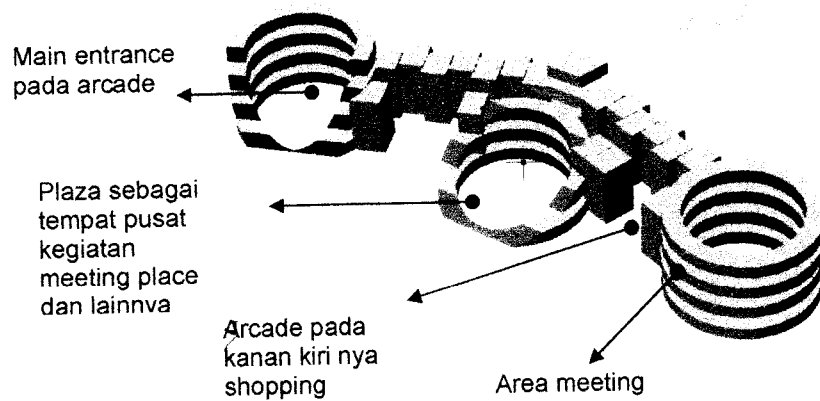
(Geometri bentuk)



(Geometri bentuk yang merespon market place meeting place. traffic space)



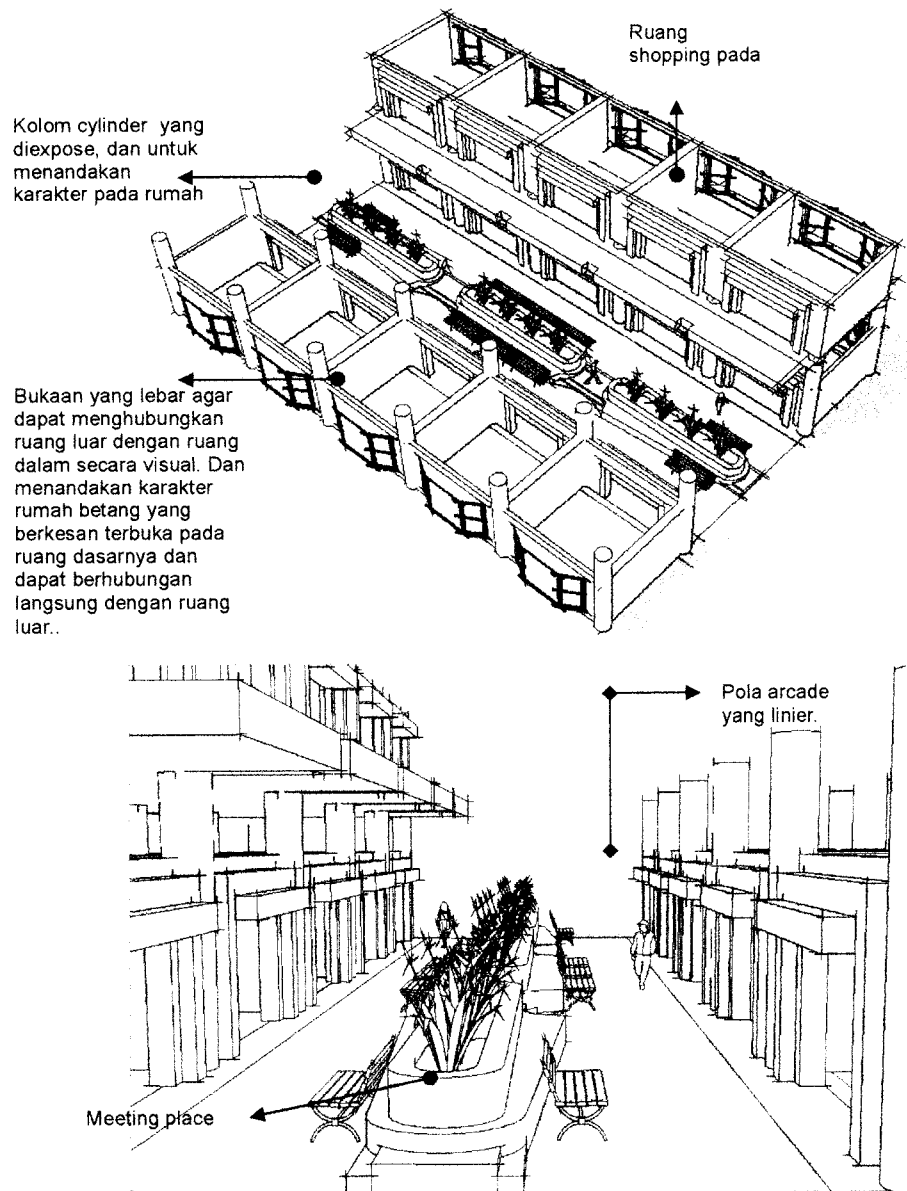
(Potongan geometri untuk menampilkan traffic space)





### 3.3.8 Bentuk Arcade dan Plaza

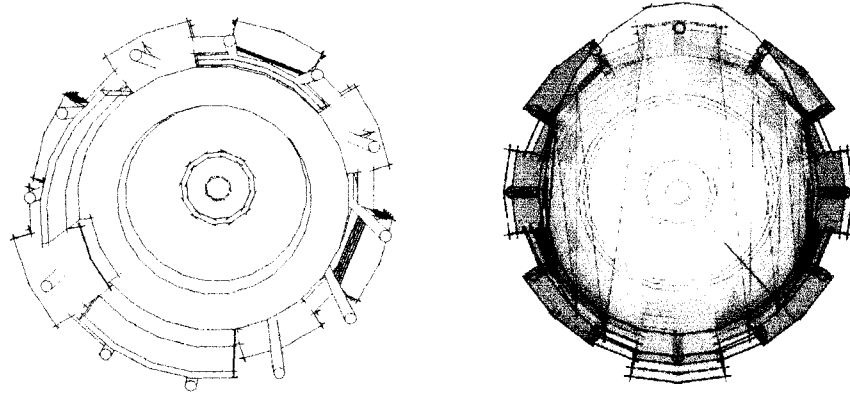
Arcade dapat diartikan suatu area pergerakan (linier) pada suatu center city business area yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.<sup>22</sup>



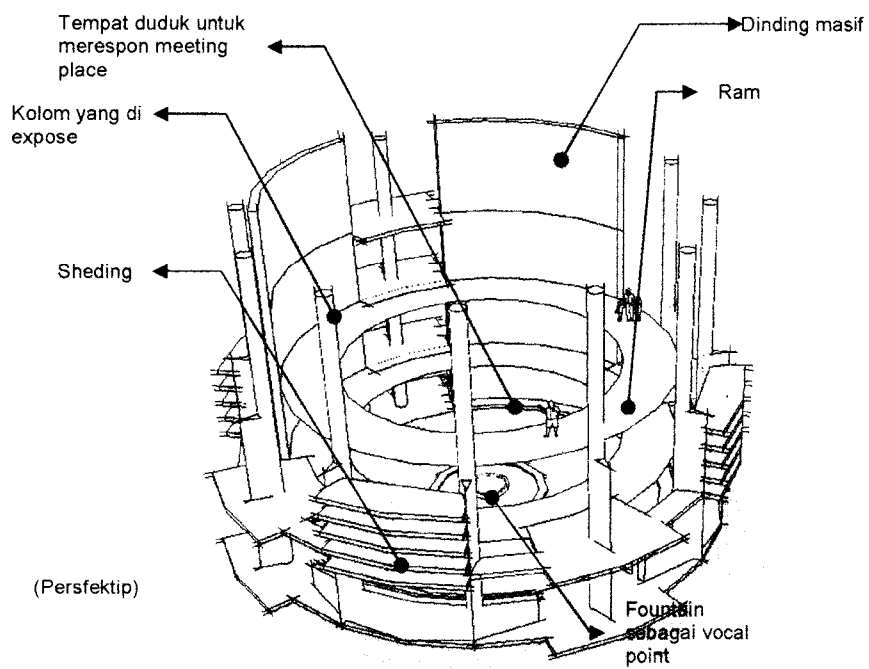
(Bentuk arcade yang merespon meeting place dan market place)

<sup>22</sup> Rubenstein, Harvey, M., 1978

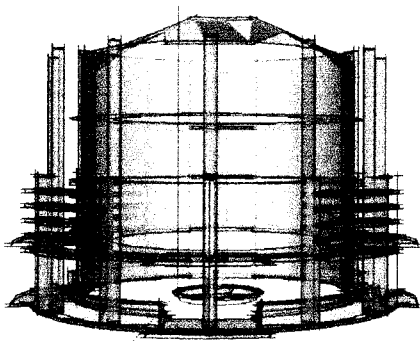




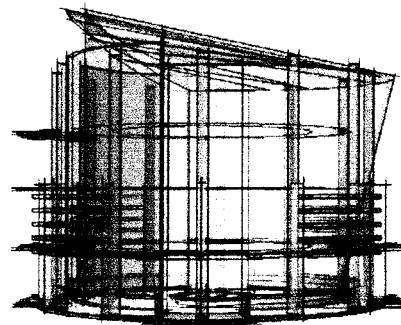
(Tampak atas)



(Perspektip)



(Tampak timur)

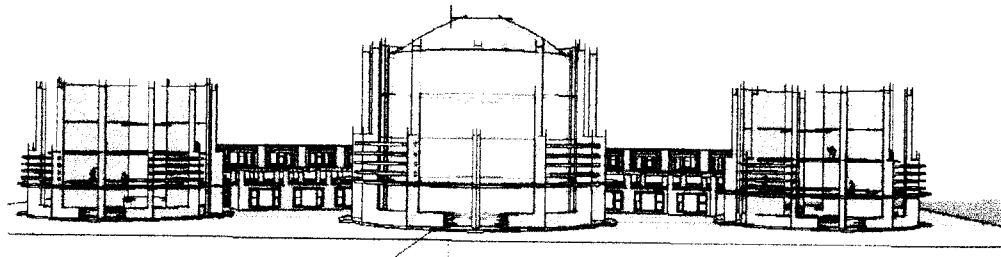
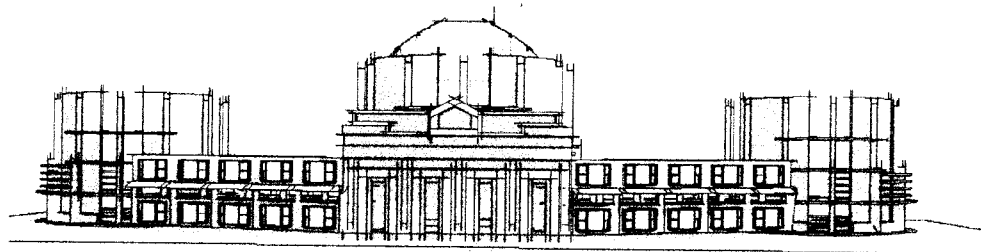
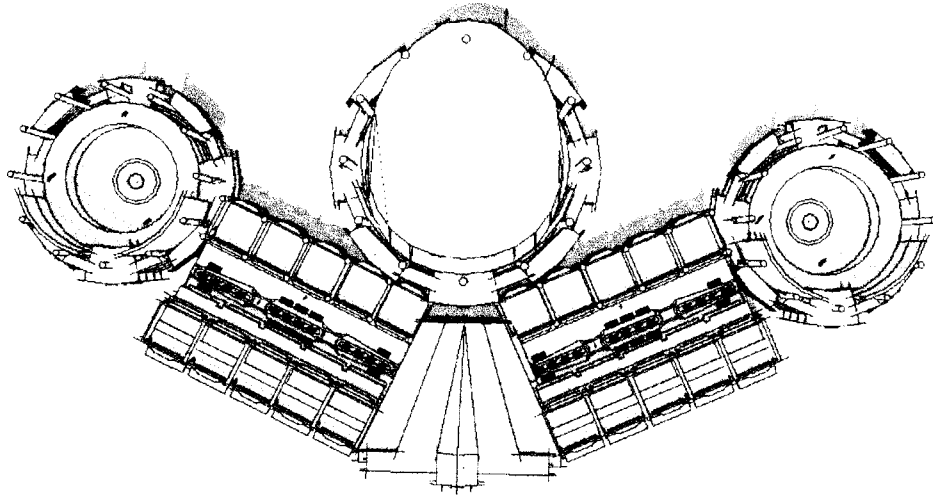


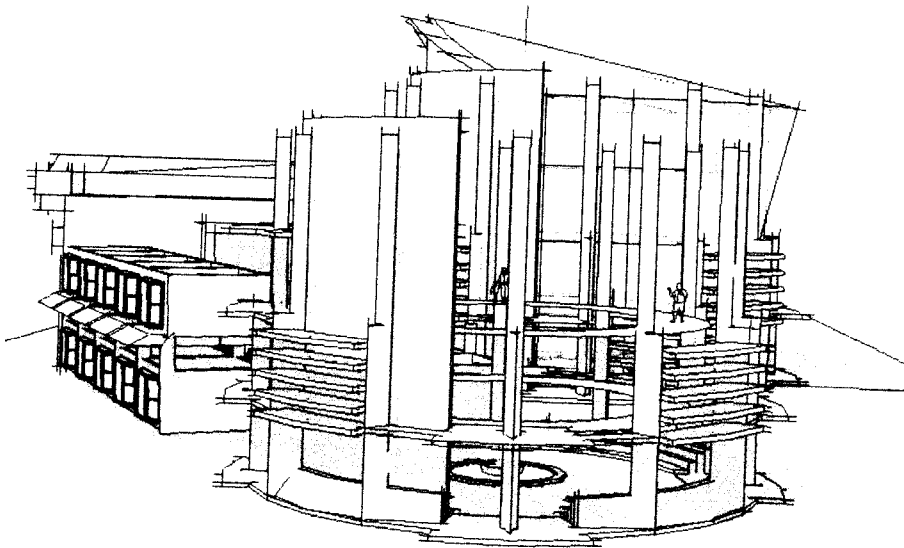
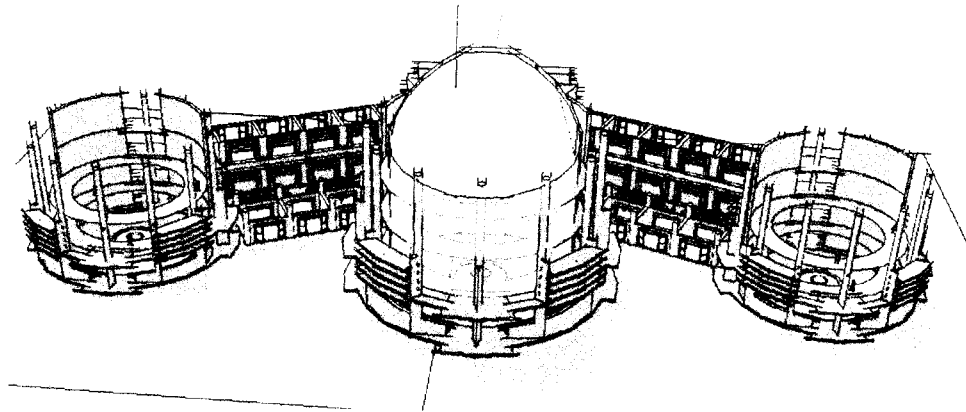
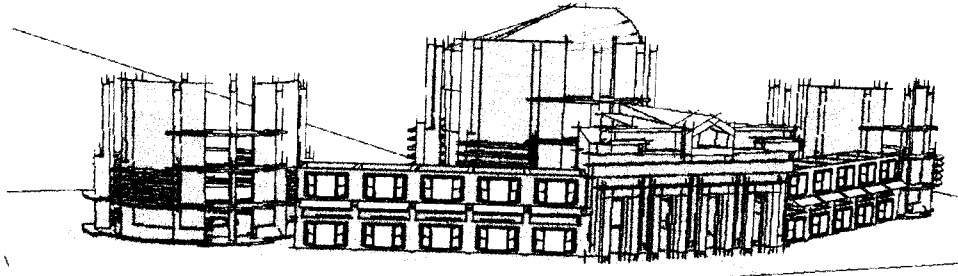
(Tampak utara dan selatan)

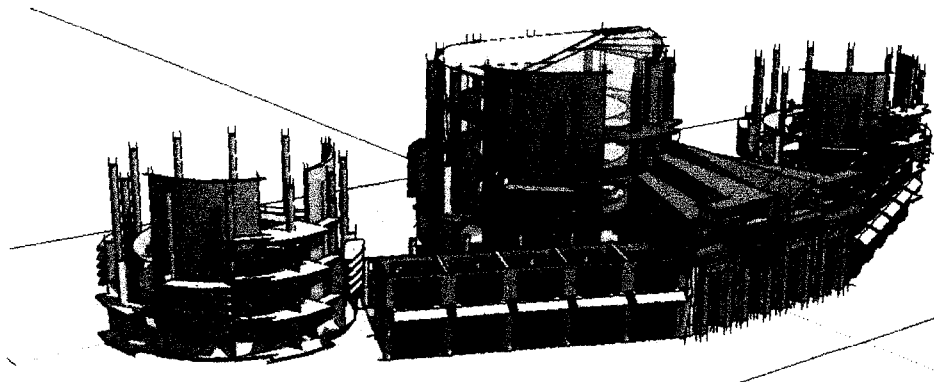
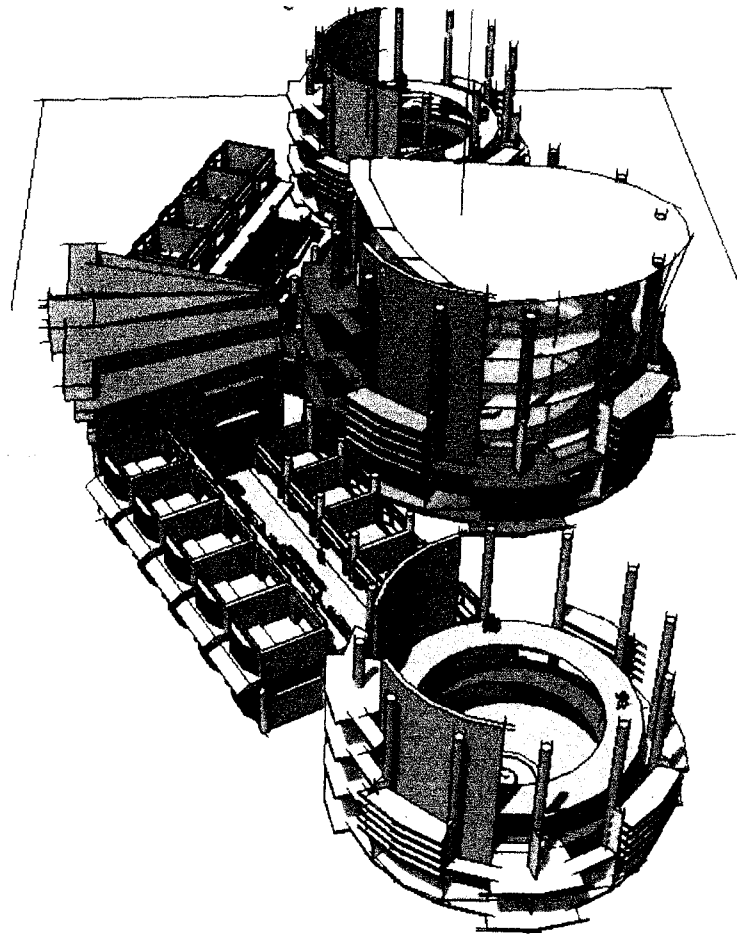


### 3.3.10. Integrasi ruang Shopping arcade.

Dari denah dapat menunjukkan komposisi ruang pada shopping arcade, sehingga integrasi ruang sudah terbentuk.





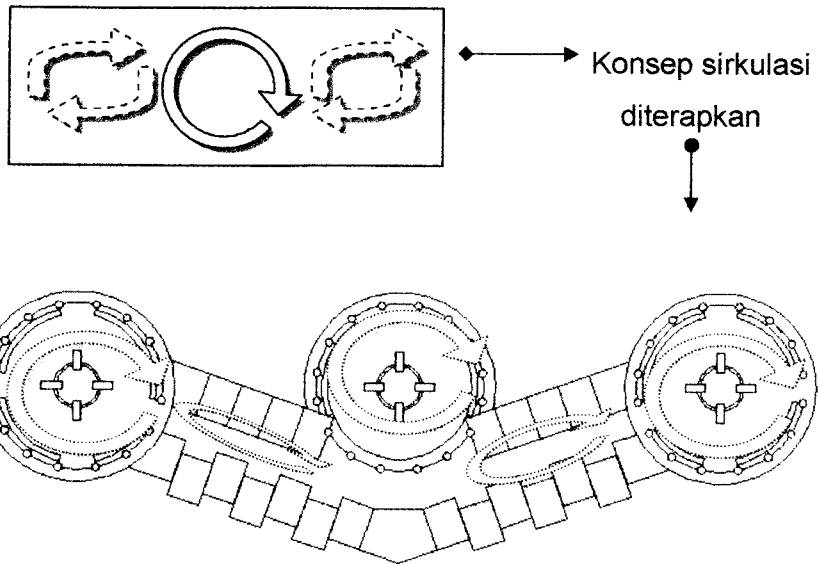




### 3.3.12. Traffic space

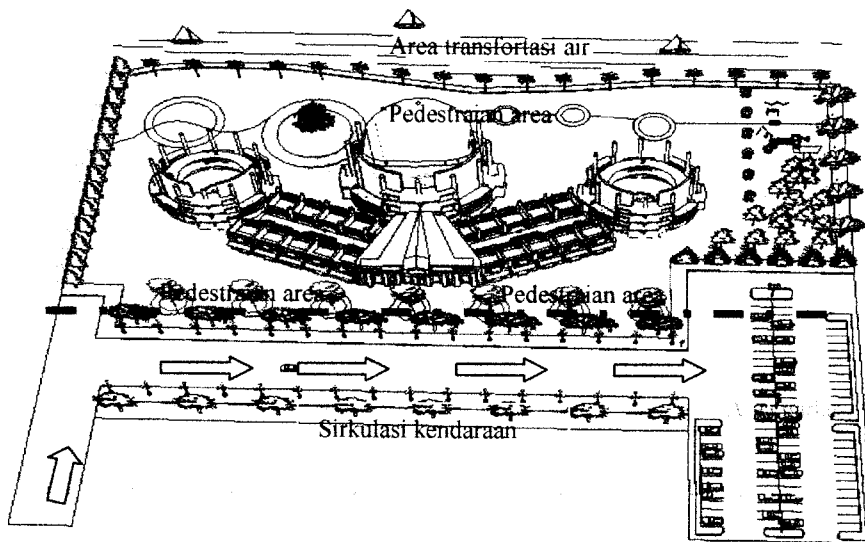
#### a. Sirkulasi ruang dalam

Ditekankan pada pedestrian



#### b. Sirkulasi ruang luar

Pembagian sirkulasi pedestrian dan kendaraan



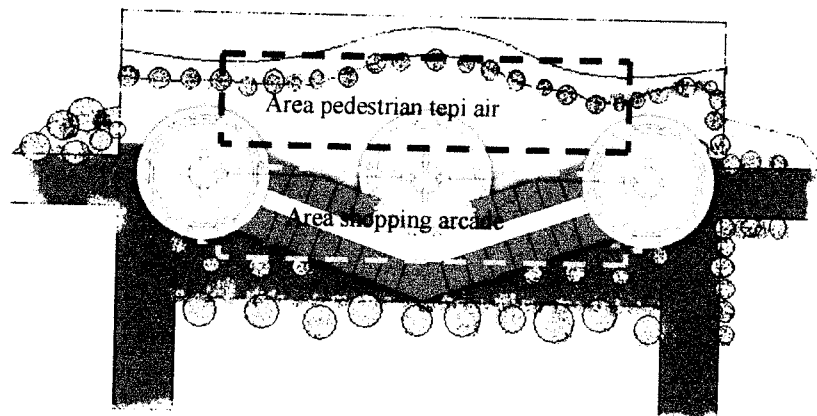


3.3.13. Periode waktu aktivitas.

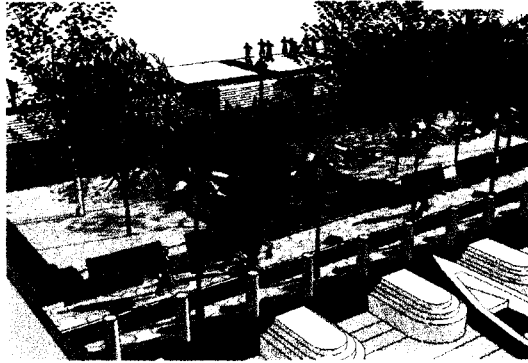
(Perpindahan aktivitas dalam periode waktu)

PERIODE WAKTU AKTIVITAS	SHOPPING ARCADE					
	RUANG LUAR			RUANG DALAM		
	MEETING PLACE	MARKET PLACE	TRAFFIC SPACE	MEETING PLACE	MARKET PLACE	TRAFFIC SPACE
PAGI HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK CAFETERIA	SARAPAN PAGI DICAFTARIA	OLAHRAGA PAGI DI AREA PEDESTRIAN			
SIANG HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI BAWAH POHON		AKTIVITAS KENDARAAN DAN PEJALAN KAKI	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR
SORE HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI BAWAH POHON, DUDUK DI TEPI SUNGAI MENTAYA	LOS, CAFE DAN PEDAGANG KAKI LIMA	PEDESTRIAN DIPENUHI PENUNJUNG UNTUK REKREASI	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR
MALAM HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI TEPI SUNGAI, DAN CAFE	LOS, CAFE DAN PEDAGANG KAKI LIMA	PEDESTRIAN DIPENUHI PENUNJUNG UNTUK REKREASI	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR
MALAM SAMPAI PAGI				PADA FASILITAS REKREASI SEPERTI RESTOURAN, NIGHT CLUB, CAFE MALAM, BIOSKOP, DAN HOTEL	PADA FASILITAS REKREASI SEPERTI RESTOURAN, NIGHT CLUB, CAFE MALAM, BIOSKOP, DAN HUNIAN	PEDESTRIAN PADA SELASAR

Dari analisa diatas ada beberapa ruang yang tidak aktif dalam periode waktu tertentu.



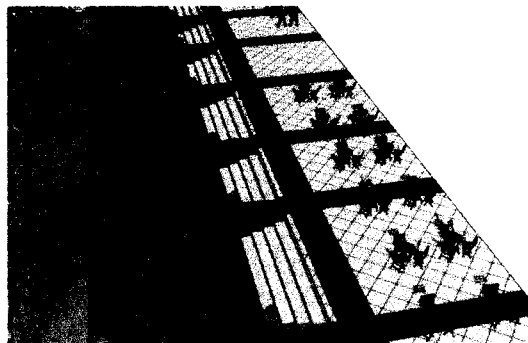
--- Area ruang luar



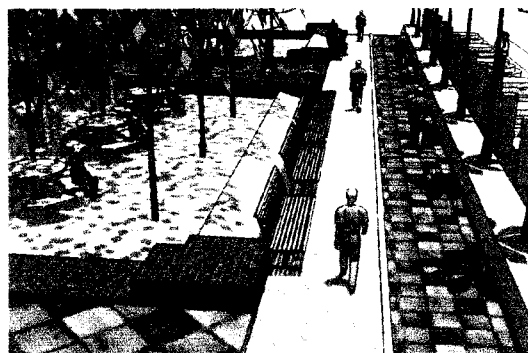
(Lari pagi di pedestrian)



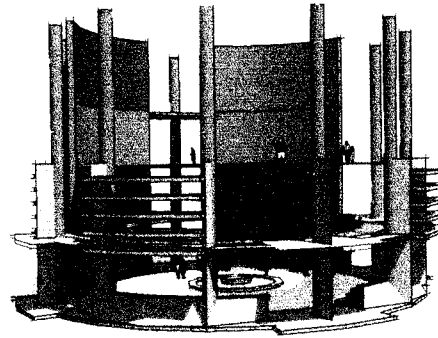
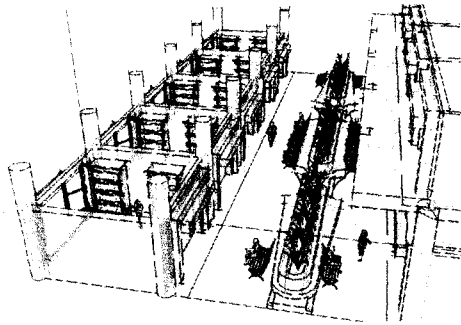
(Senam pagi di pedestrian)



(Sarapan di café  
dekat sunnai mentava)



(Duduk dibawah pohon siang hari)



(Berbelanja dan duduk santai di arcade)

(Jalan-jalan di plaza dan duduk santai di café pada plaza)



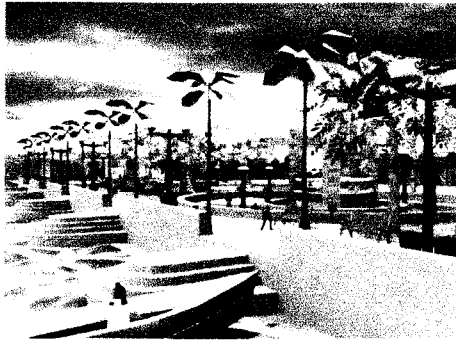
(Sore hari jalan-jalan ditepi sungai dan duduk-duduk santai)

(Terdapat los yang pada sore hari buka, dan aktivitas tersebut berlangsung sampai malam hari)





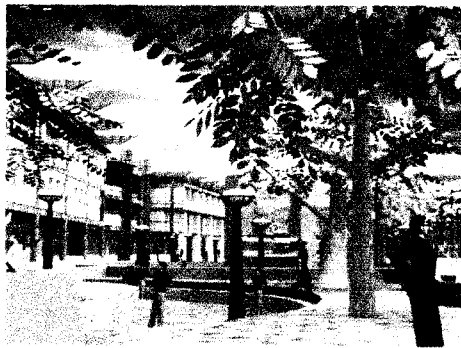
**f. Area meeting place, traffic space dan market place**



Dermaga tempat merapatnya transportasi air. Dibuat sebuah tangga untuk merespon pasang surutnya air sehingga tetap dapat di lalui pengunjung.



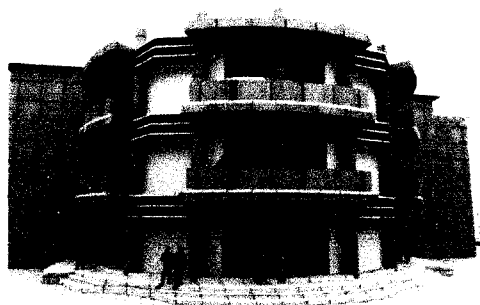
Ditepi dermaga dibuat tempat yang luar dan tempat duduk untuk merespon aktivitas dermaga dan juga saat malam hari dijadikan tempat berdagang berupa los – los dan café.



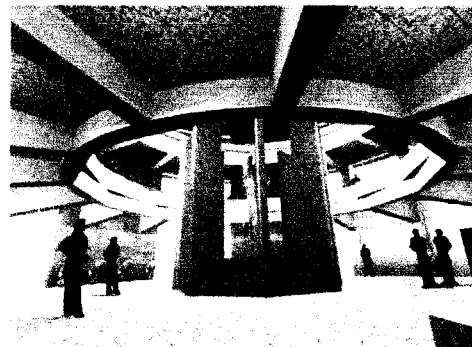
Dibuat tempat meeting dibawah pohon untuk berteduh dari sinar matahari, dan menjadi area yang sejuk.



Sebuah pohon sebagai vocal point pada site dan juga berfungsi sebagai penyejuk udara.



Entrance yang dirancang dengan geometri tabung yang di sediakan tempat duduk dan sculptule dan air mancur.



Sebuah sculptule dan air mancur didalam bangunan dibuat sama dengan yang ada diluar bangunan agar suasana ruang luar dan dalam terintegrasi.



Tabel Jenis Kebutuhan Ruang dan Luas Ruang Lantai 3

Jenis Ruang	Luas/unit (m <sup>2</sup> )	Jumlah Unit	Luas Total
1. Kmr. Superior	24	30	720
2. Kmr. Deluxe	32	10	320
3. Bordes	8	40	320
4. Gudang	20	2	40
5. Gudang makanan	10	1	10
6. R. Karyawan	20	1	20
	24	1	24
	12	2	24
7. Toilet	12	1	12
	14	2	28
	20	1	20
	24	1	24
8. Reseption	20	1	20
9. Kios	40	1	40
	11	1	11
10. Dapur	24	2	48
11. R. Kontrol	32	1	32
	24	1	24
12. R. Elektrikal	11	1	11
13. Bioskop	224	2	448
15. R. Administrasi	9	2	18
16. Loket	3	4	12
	4	2	8
17. R. Tunggu	256	2	512
18. R. Security	9	1	9
19. Lobby Lounge	240	1	240
20. R. Pengelola hotel	72	1	72
21. R. Manager	48	1	48