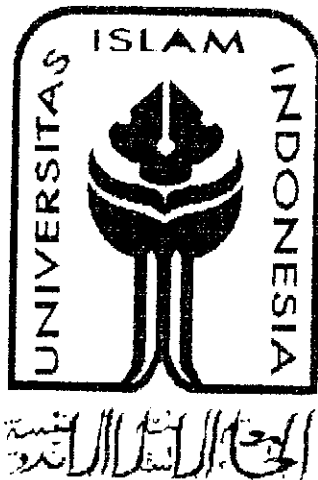


TUGAS AKHIR

**SHOPPING CENTER**

SEBAGAI FASILITAS PERBELANJAAN YANG REKREATIF  
UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN  
DI KAWASAN PASAR WATES



*Disusun oleh :*

**ACHID ZUDHIRIANTO**

**No. Mhs : 95 340 039**

**NIRM : 950051013116120037**

**JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2000**

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**SHOPPING CENTER**

SEBAGAI FASILITAS PERBELANJAAN YANG REKREATIF  
UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN  
DI KAWASAN PASAR WATES

Disusun Oleh :

**ACHID ZUDHIRIANTO**

No. Mhs. : 95 340 039


NIRM : 950051013116120037

Laporan Tugas Akhir Ini Telah Diseminarkan Pada Tanggal :  
**13 Juni 2000**

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh :

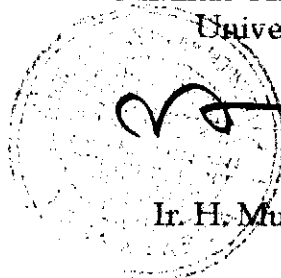
Dosen Pembimbing I

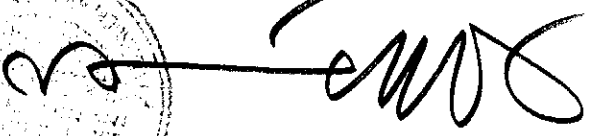
Dosen Pembimbing II

  
Ir. Suparwoko, M.U.R.P.

  
Ir. Handoyotomo, M.S.A

Mengetahui  
Ketua Jurusan Arsitektur  
Fakultas Tehnik Sipil Dan Perencanaan  
Universitas Islam Indonesia



  
Ir. H. Munichy B. Edrees, M.Arch



*Kupersembahkan untuk:  
Bapak, Ibu dan kedua adikku  
Yang tercinta*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah S.W.T, yang telah memberikan rahmad dan hidayah-Nya kepada kami sehingga terselesainya penulisan tugas akhir ini. Tugas akhir yang berjudul **"Shopping Center"** sebagai fasilitas perbelanjaan yang rekreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen di kawasan Pasar Wates, merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi di Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penyusun menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan dan kekurangan kami, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penulisan ini.

Pada kesempatan ini penyusun tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah S.W.T yang telah memberikan kekuatan kepada penulis sehingga terselesainya penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang tiada terputus dan bantuan baik moril maupun materil sehingga dapat terselesainya penulisan dan studi kami.
3. Bapak Ir. H. Munichy B. Edrees, M.Arch, selaku Ketua Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Ir. Ilya Fadjar Maharika, M.A, selaku koordinator tugas akhir Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Ir. Suparwoko, M.U.R.P, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan sehingga terselesainya penulisan ini.
6. Bapak Ir. Handoyotomo, M.S.A, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan sehingga terselesainya penulisan ini.
7. Staf perpustakaan Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
8. Rekan-rekan seperjuangan, Isman, S.T, Dony, Agung, Ersad El-Qudsy, Fathur (thank's printernya), Furqon, Yudi, Adi, terimakasih atas diskusi, saran dan masukan-masukannya.
9. Rekan-rekan arsitek '95 terimakasih atas kebersamaannya selama di bangku kuliah serta rekan-rekan studio noceng atas kerjasamanya selama di studio.
10. Rekan-kun di rumah Dewanto, Fika, Arif (lit), terimakasih atas saran untuk kelancaran penggunaan komputernya.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis sehingga terselesainya penulisan ini.

Akhirnya kami sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada bapak dan ibu yang tercinta, kedua adik-adikku, kakek, nenek serta saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan, semangat dan kasih sayang sehingga terselesainya penulisan dan studi kami.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Juni 2000

Penyusun

Achid Zudhirianto

95340039

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.1.1. Tinjauan Umum Kota Wates .....	1
1.1.2. Kawasan Pasar Wates Sebagai Kawasan Perdagangan .....	3
1.1.3. Suasana Ruang Dalam Yang Rekreatif Sebagai Daya Tarik .....	4
1.2. Identifikasi Permasalahan .....	8
1.3. Permasalahan .....	9
1.3.1. Permasalahan Umum .....	9
1.3.2. Permasalahan Khusus .....	9
1.4. Tujuan Dan Sasaran .....	9
1.4.1. Tujuan .....	9
1.4.2. Sasaran .....	9
1.5. Lingkup Pembahasan .....	9
1.6. Metodologi Pembahasan .....	10
1.6.1. Observasi atau Pengamatan Langsung .....	10
1.6.2. Studi Literatur .....	10
1.6.3. Tahap Identifikasi Data .....	10
1.6.4. Analisis.....	11

1.6. Sintesis .....	11
1.7. Sistematika Pembahasan .....	12
1.8. Egeshan Penulisan .....	13
1.9. Diagram Pola Pikir .....	14

## **BAB II. TINJAUAN SHOPPING CENTER DAN SUASANA**

### **REKREATIF**

2.1. Shopping Center (Pusat Perbelanjaan) .....	15
2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan .....	15
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan .....	15
2.1.2.1. Berdasarkan Skala Pelayanan .....	15
2.1.2.2. Berdasarkan Bentuk Fisik .....	16
2.1.2.3. Berdasarkan Kuantitas Barang Yang Dijual .....	17
2.1.2.4. Berdasarkan Variasi Barang Yang Dijual .....	18
2.1.3. Aktifitas Kegiatan Pada Shopping Center.....	18
2.1.3.1. Pelaku Kegiatan .....	18
2.1.3.2. Jenis Kegiatan .....	19
2.1.3.3. Pola Kegiatan .....	19
2.1.4. Karakter Kegiatan Pada Shopping Center.	20
2.1.5. Materi Yang Diperdagangkan .....	22
2.1.5.1. Jenis Materi Perdagangan .....	22
2.1.5.2. Cara Penyajian Materi Perdagangan .....	22
2.1.5.3. Sifat Materi Perdagangan .....	23
2.1.5.4. Sistem Pelayanan Pada Pusat Perbelanjaan .....	23
2.1.6. Persyaratan Perumahan .....	24
2.1.7. Area Lantai Pada Pusat Perbelanjaan .....	25

2.2. Kegiatan Komersial .....	25
2.3. Tinjauan Suasana Rekreatif .....	25
1. Bentuk .....	26
2. Skala Ruang .....	28
3. Bentuk Ruang Sirkulasi .....	28
4. Organisasi Ruang .....	29
5. Warna Ruang .....	31
2.4. Studi Pembeding Unsur Pembentuk Suasana Rekreatif .....	34
2.4.1. Bentuk .....	34
2.4.2. Skala Ruang .....	35
2.4.3. Bentuk Ruang Sirkulasi .....	35
2.4.4. Organisasi Ruang .....	36
2.4.5. Warna Ruang .....	36
<b>BAB III. ANALISIS SUASANA REKREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK</b>	
3.1. Pengantar .....	37
3.2. Bentuk .....	38
3.3. Skala Ruang.....	40
3.4. Sirkulasi .....	43
3.5. Organisasi Ruang .....	46
3.6. Warna Ruang .....	51
<b>BAB IV. KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN</b>	
4.1. Konsep Perencanaan .....	56
4.1.1. Lokasi .....	56
4.1.2. Sirkulasi Di Dalam Site .....	57
4.1.3. Zoning Pada Site .....	58
4.1.4. Pencapaian Site .....	58
4.2. Konsep Perancangan .....	59
4.2.1. Pelaku Kegiatan Pada Shopping Center....	59



4.2.2. Pola Kegiatan Pelaku .....	60
4.2.3. Program Ruang .....	63
4.2.4. Pengelompokan Ruang .....	65
4.2.5. Materi Yang Diperdagangkan Pada Shopping Center .....	66
4.2.6. Sistem Pelayanan Pada Shopping Center.....	67
4.2.7. Besaran Ruang .....	68
4.2.8. Bentuk .....	68
4.2.9. Skala Ruang .....	69
4.2.10. Sirkulasi .....	71
4.2.11. Organisasi Ruang .....	72
4.2.12. Warna Ruang .....	74
4.2.13. Jalur Pedestrian .....	75
4.2.14. Konsep Dasar Penampilan Bangunan ...	76
4.2.15. Orientasi Bangunan .....	77
4.2.16. Konsep Dasar Sistem Struktur .....	77
4.2.17. Konsep Dasar Sistem Utilitas .....	78
4.2.17.1. Pencahayaan .....	78
4.2.17.2. Penghawaan .....	79
4.2.17.3. Jaringan Air Bersih .....	80
4.2.17.4. Jaringan Air Kotor .....	81
4.2.17.5. Sistem Pembuangan Sampah ,	81
4.2.17.6. Jaringan Listrik .....	82
4.2.17.7. Sistem Komunikasi .....	83
4.2.17.8. Sistem Pemadam Kebakaran ..	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
III.1. Komposisi Bentuk Dasar .....	40
III.2. Pengaruh Skala Terhadap Suasana Rekreatif .....	42
III.3. Sistem Pergerakan Yang Rekreatif .....	44
III.4. Bentuk Ruang Sirkulasi Pada Shopping Center .....	45
III.5. Pola Sirkulasi .....	46
III.6. Organisasi Ruang Shopping Center .....	48
III.7. Organisasi Ruang Lantai Basement .....	48
III.8. Organisasi Ruang Lantai 1 .....	49
III.9. Organisasi Ruang Lantai 2 .....	49
III.10. Organisasi Ruang Pengelola .....	50
III.11. Organisasi Ruang Lantai 3 .....	50
III.12. Komposisi Masa Bangunan .....	51
IV.1. Lokasi Kawasan Pusat Kota Wates .....	56
IV.2. Sirkulasi Di Dalam Site .....	57
IV.3. Zoning Pada Site .....	58
IV.4. Konsep Pencapaian Ke Bangunan .....	59
IV.5. Pola Kegiatan Konsumen/ Pengunjung ....	61
IV.6. Pola Kegiatan Pedagang .....	61
IV.7. Pola Kegiatan Pengelola .....	62
IV.8. Pola Kegiatan Barang .....	62
IV.9. Pola Kegiatan Kendaraan Pribadi .....	62
IV.10. Pola Kegiatan Kendaraan Barang .....	63

IV.11.	Pengelompokan Ruang Pada Shopping Center .....	65
IV.12.	Pengelompokan Ruang Secara Horisontal Maupun Vertikal .....	66
IV.13.	Pengelompokan Jenis Materi Dagangan Secara Vertikal .....	67
IV.14.	Sistem Pelayanan Pada Shopping Center	67
IV.15.	Komposisi Bentuk Dasar .....	69
IV.16.	Pengaruh Skala Terhadap Suasana Rekreatif .....	69
IV.17.	Bentuk Ruang Sirkulasi Pada Shopping Center .....	71
IV.18.	Pola Sirkulasi .....	72
IV.19.	Organisasi Ruang Shopping Center .....	73
IV.20.	Komposisi Masa Bangunan .....	73
IV.21.	Konsep Jalur Pedestrian .....	75
IV.22.	Konsep Penampilan Bangunan .....	76
IV.23.	Orientasi Bangunan .....	77
IV.24.	Konsep Sistem Struktur .....	78
IV.25.	Pencahayaan Alami Pada Bangunan .....	78
IV.26.	Pencahayaan Buatan Pada Bangunan .....	79
IV.27.	Penghawaan Buatan Pada Unit Toko .....	79
IV.28.	Skema Jaringan AC .....	80
IV.29.	Skema Jaringan Air Bersih .....	81
IV.30.	Skema Jaringan Air Kotor .....	81
IV.31.	Skema Sistem Pembuangan Sampah .....	82
IV.32.	Skema Jaringan Listrik .....	82
IV.33.	Sistem Jaringan Telepon .....	83
IV.34.	Skema Sistem Pemadam Kebakaran .....	83

## ABSTRAK

Pusat perbelanjaan sebagai fasilitas komersial di perkotaan dalam perkembangannya memberikan peran sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang banyak dikunjungi orang. Dalam perkembangannya pusat perbelanjaan tidak hanya dijadikan sebagai tempat transaksi perdagangan, tetapi telah berkembang menjadi tempat yang rekreatif untuk dikunjungi konsumen karena memberikan rasa nyaman sehingga dapat menikmati kegiatan yang dilakukan. Karena suasana rekreatif akan memberikan suatu daya tarik dan ekspresi menyenangkan.

Dalam penulisan tugas akhir ini telah dilakukan studi pembandingan pada pusat perbelanjaan di Yogyakarta (Ramai Mall dan Malioboro Mall). Dari hasil studi pembandingan tersebut kemudian diidentifikasi untuk mendapatkan unsur-unsur yang dapat menentukan suasana rekreatif, yaitu bentuk, skala ruang, bentuk ruang sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang.

Dari hasil identifikasi tersebut kemudian dilakukan analisis sehingga diperoleh hasil, yaitu bentuk yang mencerminkan suasana rekreatif adalah komposisi bentuk dasar segiempat dengan prinsip penyusunan secara hirarki, karena prinsip tersebut mempunyai karakter bentuk yang berbeda dari ukurannya dan dari penempatannya. Sehingga dengan adanya perbedaan tersebut akan menjadi suatu bentuk yang dinamis dan tidak monoton. Skala ruang, yaitu menggunakan skala normal pada ruang yang mempunyai sifat gembira dan membutuhkan keleluasaan dalam pergerakan, yaitu pada lobby, unit pertokoan dan arena permainan. Sedangkan skala intim digunakan pada ruang pengelola karena mempunyai sifat formal, tenang dan membutuhkan konsentrasi. Untuk sirkulasi yang dapat menciptakan suasana rekreatif adalah sirkulasi yang tidak monoton seperti adanya perubahan bentuk ruang sirkulasi, perubahan bentuk ruang yang dihubungkan, perubahan ketinggian lantai, dan perubahan ketinggian plafon. Kemudian organisasi ruang yang mencerminkan suasana rekreatif adalah organisasi cluster karena mempunyai karakter ketidakteraturan bentuk serta mempunyai orientasi leluasa ke segala arah. Sedangkan warna yang dapat memberikan suasana rekreatif adalah warna yang mempunyai kesan hangat (jingga) yang digunakan pada lobby, unit pertokoan dan arena permainan karena ruang tersebut mempunyai sifat kegiatan gembira dan bersifat rekreasi, serta penggunaan warna dingin (biru) untuk ruang pengelola karena mempunyai sifat kegiatan formal dan membutuhkan konsentrasi dalam pekerjaan.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

##### **1.1.1. Tinjauan Umum Kota Wates**

Sesuai dengan perannya sebagai ibukota Kabupaten Dati II Kulon Progo, kota Wates menjadi salah satu sentra bagi kehidupan dan penghidupan kota. Kegiatan perekonomian di kota Wates dalam skala kota didominasi oleh kegiatan pemerintahan, perdagangan dan jasa (pasar, pertokoan, bank, restoran, dan lain - lain). Peranan ruas jalan yang berfungsi sebagai jalan arteri kota merupakan daerah pertumbuhan kegiatan pelayanan perdagangan dan jasa, yaitu di kawasan sekitar proliman (Jalan Katamso, Jalan P. Diponegoro dan Jalan Kolonel Sugiyono).

Berdasarkan data tahun 1993 - 1997 (atas dasar harga konstan tahun 1993) laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Dati II Kulon Progo mengalami peningkatan, di mana sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang menunjukkan peningkatan dengan kontribusi sebesar 11,06 %. Sehingga sarana dan prasarana perdagangan memiliki potensi untuk dikembangkan dan perlu mendapat perhatian dalam mendukung pengembangan sektor perekonomian.

Berbagai fasilitas perdagangan dan jasa perkembangannya tumbuh membujur dari arah utara ke selatan sesuai dengan perkembangan jalan dengan dominasi terutama toko/kios kelontong (pertokoan skala lingkungan).

Pasar Wates merupakan fasilitas perdagangan dengan skala layanan kota yang menjadi pusat kegiatan utama di wilayah ini yang didominasi oleh pemenuhan kebutuhan pokok dengan area

### 1.1.2. Kawasan Pasar Wates Sebagai Kawasan Perdagangan

Pasar Wates merupakan elemen utama perkotaan yang terletak pada jalur utama kota/Jalan Katanso dan Jalan Diponegoro sebagai struktur utama kegiatan di sektor perekonomian dan perdagangan untuk sarana pelayanan terhadap masyarakat. Dominasi kegiatan dari komoditasnya untuk pemenuhan kebutuhan pokok. Pasar Wates adalah salah satu tempat perbelanjaan tradisional, eceran, dan jenis barang bersifat heterogen. Pasar tersebut merupakan pasar dengan skala tingkat layanan kota, tetapi karena kota Wates juga merupakan orientasi utama wilayah pengaruhnya fasilitas perdagangan ini juga melayani pembeli dari wilayah belakang kota Wates. Pasar Wates sebagai bagian yang berkesinambungan dengan pusat kota dan merupakan pusat perbelanjaan niaga (tingkat kota) telah memunculkan berbagai fasilitas pendukung seperti warung, pertokoan dan lain-lain

Pasar Wates sebagai pasar umum yang melayani tingkat perbelanjaan niaga (tingkat kota) menampung jumlah pengunjung yang besar. Pada hari-hari pasaran terutama Wage dan Legi pengunjung pada Pasar Wates ini sangat besar.

Pada hari lain selain Wage dan Kliwon pasar tersebut tetap melakukan aktifitas perdagangan dan jasa. Pasar Wates merupakan pasar yang berfungsi sebagai tempat pelayanan sosial dan ekonomi masyarakat. Sebagai fungsi sosial ekonomi, pasar tradisional mempunyai peranan penting di sektor perdagangan, ini dapat dilihat sebagai bentuk pola perdagangan sektor riil yang mengarah kepada peranan pasar tradisional untuk ditingkatkan dalam menghadapi pesatnya pertumbuhan fasilitas-fasilitas perdagangan lainnya, seperti departement store, supermarket. Di

mana ada kemungkinan saling interaksi antara fasilitas komersial dan non komersial yang saling menguntungkan.

Pasar Wates yang terletak di pusat kota dan merupakan kawasan strategis sebagai pusat pertumbuhan ekonomi harus dapat memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat sebagai kawasan perdagangan. Sebagai pasar yang menjadi pusat kegiatan pelayanan di sektor perekonomian kota, Pasar Wates merupakan kawasan komersial dengan tingkat pertumbuhan kota Wates yang cepat memiliki potensi untuk terus berkembang sebagai pusat perdagangan dan jasa di kota Wates.

### **1.1.3. Suasana Ruang Dalam Yang Rekreatif Untuk Meningkatkan Daya Tarik**

Daerah perkotaan telah tumbuh dengan pesatnya khususnya di negara - negara berkembang termasuk di Indonesia. Dengan tingkat pertumbuhan perkotaan sebesar 4 % maka akan meningkat beban yang harus dipikul pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang diharapkan memenuhi kebutuhan penduduk perkotaan, seperti lapangan pekerjaan, perumahan, fasilitas kesehatan dan pendidikan serta pelayanan dan fasilitas perkotaan yang lain. (*Paul Sutmuler*).

Sejalan dengan kebutuhan manusia yang semakin meningkat serta cara berbelanja pada masyarakat yang sudah mulai berubah ke pusat perbelanjaan yang lebih lengkap fasilitas dan memadai merupakan dinamika perubahan yang dialami oleh masyarakat. Demikian juga dengan penduduk kota Wates dalam memenuhi kebutuhan pokoknya lebih memilih ke pusat perbelanjaan yang lebih memadai dalam fasilitasnya karena dirasakan lebih praktis. Disamping itu selain pergi ke pusat perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan, mereka juga memanfaatkan tempat perbelanjaan tersebut sebagai tempat

rekreasi untuk sarana hiburan masyarakat dimana selain berbelanja juga dijadikan tempat untuk menyaksikan barang-barang dagangan serta keadaan dan keramaian pusat perbelanjaan.

Pusat perbelanjaan sebagai fasilitas komersial di perkotaan dalam perkembangannya memberikan peran sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang banyak dikunjungi orang. Dalam perkembangannya, pusat perbelanjaan sekarang ini tidak hanya dijadikan sebagai tempat transaksi perdagangan, tetapi telah berkembang menjadi tempat yang rekreatif untuk dikunjungi konsumen karena memberikan rasa nyaman dan aman serta daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Masyarakat yang cenderung memilih tempat perbelanjaan karena lebih lengkap dalam fasilitasnya sehingga perlu adanya suatu tempat yang dapat menampung kegiatan konsumen dalam melakukan aktifitas jual beli dengan suasana yang rekreatif.

Fasilitas perdagangan yang merupakan sarana dan prasarana bagi masyarakat kota Wates berupa pasar tradisional dan kompleks pertokoan yang berderet di sepanjang jalan belum dapat difungsikan secara optimal, karena seringkali konsumen harus mencari fasilitas perbelanjaan ke tempat lain untuk dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakan lebih lengkap dan memadai.

Dalam kaitannya dengan pengembangan kota Wates yang merupakan jalur perdagangan dan merupakan pusat kegiatan ekonomi, maka sektor perdagangan mempunyai potensi untuk dikembangkan melalui pengembangan dan penataan ruang dengan penyediaan sarana dan prasarana perdagangan sebagai salah satu tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat. Sesuai dengan keadaan di atas maka kebutuhan fasilitas perdagangan



kota Wates yang berupa pusat perbelanjaan diproyeksikan hingga tahun 2005 berjumlah 1 unit dan rekomendasi lokasinya adalah di pusat kota dengan penduduk pendukung fasilitas ini adalah 60.000 sampai dengan 120.000 jiwa penduduk. Sedangkan luas tanah yang dibutuhkan adalah 3,6 Ha.<sup>4</sup> Kawasan Pasar Wates yang merupakan kawasan komersial dan merupakan kawasan pusat kota serta mempunyai pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat dibandingkan dengan kawasan lain merupakan tempat yang tepat bagi keberadaan pusat perbelanjaan (shopping center). Shopping center sebagai fasilitas perdagangan yang berperan sebagai pusat perbelanjaan masyarakat kota Wates yang sudah mulai berubah dalam cara berbelanja karena lebih memilih pada tempat yang lengkap fasilitasnya dan lebih praktis dengan suasana rekreatif. Shopping center ini diharapkan dapat meningkatkan peran fungsi pelayanan kawasan Pasar Wates sebagai pusat perdagangan pada khususnya dan citra kota Wates pada umumnya.

Shopping center merupakan salah satu fungsi yang dibutuhkan sebagai salah satu mata rantai dari kegiatan ekonomi dan sarana fisik perdagangan. (Mc. Keever J.R., Griffin N.M.)

Shopping center yang merupakan tempat perbelanjaan bagi konsumen dengan variasi barang dagangan dan kebutuhan masyarakat dapat dijadikan sarana rekreasi, sehingga tuntutan kenyamanan dan keamanan serta suasana rekreatif menjadi salah satu faktor yang dapat menjadi daya tarik konsumen dalam melakukan transaksi jual beli.

---

<sup>4</sup>) RDTRK Kota Wates 1995-2005

Pengguna dalam melakukan kegiatan transaksi perdagangan agar tidak merasa bosan dengan suasana yang monoton, membutuhkan suasana yang lebih rekreatif sehingga mereka dapat menikmati kegiatan yang dilakukan. Suasana rekreatif akan memberikan suatu daya tarik, persepsi, dan ekspresi menyenangkan yang dapat dirasakan pengguna melalui penciptaan keleluasaan jarak atau tidak terikat jalur.

Pembentukan ruang dalam dengan suasana rekreatif sebagai daya tarik pengguna melalui ruang - ruang dinamis yang memberikan kebebasan bergerak, kegiatan yang santai menyenangkan dengan semaraknya kegiatan yang khas melalui transaksi jual beli antar pedagang dan konsumen.

Sesuatu yang bervariasi dalam kegiatan transaksi perdagangan akan memberikan kesan lebih rekreatif dan tidak monoton (seperti adanya ruang peralihan, sistem sirkulasi, pembatas jalur sirkulasi dan ruang kegiatan yang jelas), karena sistem sirkulasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari organisasi bangunan yang dapat mendukung suasana rekreatif di dalam shopping center.

Sedangkan tuntutan kegiatan rekreatif yang menginginkan adanya suatu bentuk yang lain supaya tidak membosankan dan kengangan perlu sistem pergerakan yang mendukung, yaitu menurut kinematika gerak antara lain: gerakan berjalan, gerakan berhenti sejenak, gerakan berhenti lama, gerakan istirahat, dan gerakan menikmati view sekeliling. (*Morkhis Ketchum, 1957*)

Transaksi perdagangan dan aktifitas belanja dengan berbagai macam variasi barang dagangan serta pola tata ruang dan sirkulasi dengan suasana yang lebih rekreatif akan dapat menjadi daya tarik pengguna. Suasana rekreatif di dalam shopping centre dapat dibentuk melalui pergerakan konsumen yang

dibentuk oleh pola - pola sirkulasi , yaitu : konfigurasi alur gerak, hubungan jalan dengan ruang, dan bentuk ruang sirkulasi. Dengan demikian akan mempengaruhi pola kegiatan dalam shopping center dan menjadikan lebih semarak serta lebih hidup dengan adanya transaksi perdagangan dan suasana rekreatif.

### 1.2. Identifikasi Permasalahan

No	Rekreatif	Shopping Center	Ramai Mall	Mall Malioboro
1.	Bentuk	Tidak teratur	-	-
		Lengkung	-	-
		Teratur	+	+
2.	Skala Ruang	Normal	-	-
		Intim	+	+
		Monumental	+	+
3.	Bentuk Ruang Sirkulasi	Tertutup	-	-
		Terbuka satu sisi	+	+
4.	Organisasi Ruang	Cluster	-	-
		Grid	+	-
		Terpusat	-	+
5.	Warna Ruang	Biru	-	-
		Jingga	-	-
		Hijau	+	+
		Putih	+	-
		Coklat	+	+
		Merah	+	-
		Krem	-	+
		Oranye	-	+

Tabel 1.1. Identifikasi Permasalahan  
Sumber : Pengamatan

### **1.3. Permasalahan**

#### **1.3.1. Permasalahan Umum**

Bagaimana konsep dasar perencanaan dan perancangan shopping center yang dapat meningkatkan peran kawasan Pasar Wates sebagai kawasan pusat perdagangan.

#### **1.3.2. Permasalahan Khusus**

Bagaimana merancang shopping center dengan suasana ruang yang rekreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen yang diciptakan melalui bentuk, skala ruang, sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang.

### **1.4. Tujuan Dan Sasaran**

#### **1.4.1. Tujuan**

Mendapatkan konsep dasar perencanaan dan perancangan shopping center dalam meningkatkan fungsi kawasan Pasar Wates sebagai kawasan perdagangan.

#### **1.4.2. Sasaran**

Merumuskan konsep dasar perencanaan dan perancangan shopping center dengan suasana ruang dalam yang rekreatif sebagai daya tarik konsumen yaitu melalui bentuk, skala ruang, sirkulasi ruang, organisasi ruang dan warna ruang.

### **1.5. Lingkup Pembahasan**

Lingkup pembahasan diarahkan pada masalah arsitektural dalam kaitannya dengan fungsi ruang untuk menampung kegiatan transaksi perdagangan, dalam hal ini ditekankan pada suasana ruang yang rekreatif meliputi :

1. Bentuk adalah yang mencerminkan kedinamisan dan keanekaragaman dengan komposisi bentuk dasar.

2. Skala ruang adalah skala yang mencerminkan kebebasan pergerakan dan rasa terlindung.
3. Sirkulasi adalah sirkulasi yang memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam pergerakan dan bentuk ruang sirkulasi yang cukup untuk menampung pergerakan pengunjung.
4. Organisasi ruang adalah organisasi yang mencerminkan kedinamisan dan ketidakteraturan bentuk.
5. Warna ruang adalah warna yang disesuaikan dengan fungsi ruang, yaitu fungsi ruang yang membutuhkan konsentrasi dalam pekerjaan dan ruang yang fungsinya untuk area rekreasi.

## **1.6. Metodologi Pembahasan**

### **1.6.1. Observasi atau Pengamatan Secara Langsung**

Pengamatan terhadap obyek studi untuk mendapatkan data primer melalui wawancara dengan pihak terkait tentang kawasan Pasar Wates sebagai kawasan perdagangan seperti Dinas Pendapatan Daerah dan Lurah Pasar.

### **1.6.2. Studi Literatur**

Mempelajari berbagai teori untuk mendapatkan data sekunder yang berkaitan dengan suasana ruang yang rekreatif (bentuk dasar ruang, skala ruang, bentuk ruang sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang), pola perdagangan pada shopping center dan karakteristik kegiatan transaksi perdagangan.

Sedangkan metoda yang digunakan adalah metoda deduksi dengan menguraikan permasalahan ke dalam pembahasan yang lebih mendalam, yaitu melalui tahap :

### 1.6.3. Tahap Identifikasi Data :

Data tersebut adalah :

1. Kondisi eksisting kawasan Pasar Wates sebagai kawasan perdagangan.
2. Study perbandingan, yaitu pusat perbelanjaan di Yogyakarta (Ramai Mall dan Malioboro Mall) untuk mendapatkan data eksisting unsur pembentuk suasana rekreatif yang meliputi bentuk dasar ruang, skala ruang, bentuk ruang sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang.

### 1.6.4. Analisis

Pada tahap ini digunakan metoda analisis sebagai pendekatan pemecahan permasalahan adalah analisis ruang dengan suasana rekreatif sebagai daya tarik konsumen yang meliputi bentuk, skala ruang, sirkulasi, organisasi ruang, dan warna ruang, yaitu melalui proses :

1. Identifikasi permasalahan khusus.
2. Kondisi eksisting permasalahan khusus.
3. Analisis permasalahan khusus yang dikaitkan setelah adanya study perbandingan tentang unsur pembentuk suasana rekreatif.
4. Pemecahan permasalahan khusus yang dilandasi dengan teori.
5. Hasil dari analisis permasalahan khusus.

### 1.6.5. Sintesis

Adalah metoda yang digunakan untuk menjadi landasan konseptual perencanaan dan perancangan shopping center sesuai dengan pemecahan permasalahan pada metode analisa, yaitu melalui tahapan :

1. Konsep penataan site shopping center.
2. Konsep kegiatan pada shopping center.
3. Konsep sistem pelayanan pada shopping center.

4. Konsep tata ruang dalam dan tata ruang luar.
5. Konsep sistem struktur, sistem utilitas.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, identifikasi permasalahan, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metodologi pembahasan, dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II TINJAUAN SHOPPING CENTER DAN SUASANA REKREATIF**

Berisi tentang tinjauan pustaka shopping center, suasana rekreatif dan studi perbandingan unsur pembentuk suasana rekreatif.

#### **BAB III ANALISIS SUASANA REKREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK**

Berisi tentang analisis permasalahan yang dikaitkan dengan literatur untuk menjadi dasar perencanaan dan perancangan shopping center dengan suasana rekreatif.

#### **BAB IV KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

Berisi tentang konsep dasar perencanaan dan perancangan shopping center sesuai dengan hasil analisis, meliputi konsep lokasi dan site, pola kegiatan pada shopping center, sistem pelayanan pada shopping center, konsep tata ruang dalam dan tata ruang luar, program ruang, besaran ruang, penampilan bangunan, sistem struktur, dan sistem utilitas.

### 1.8. Keaslian Penulisan

Untuk menghindari duplikasi penulisan, terutama dalam penekanan permasalahan berikut ini beberapa thesis tugas akhir yang digunakan sebagai studi literatur dalam penulisan ini.

1. *Pusat perbelanjaan Pasar Palasari Bandung*, TA UGM, 1997.

Permasalahan : konfigurasi pola ruang pada bentuk penggabungan dua fungsi yang dapat saling menyatu dan ungkapan arsitektur lokal sebagai tampilan bangunan.

2. *Shopping Center Di Temanggung*, TA UII 1998.

Permasalahan : tuntutan kebutuhan fleksibilitas ruang dagang dengan tetap mengutamakan kelancaran kegiatan pengguna bangunan.

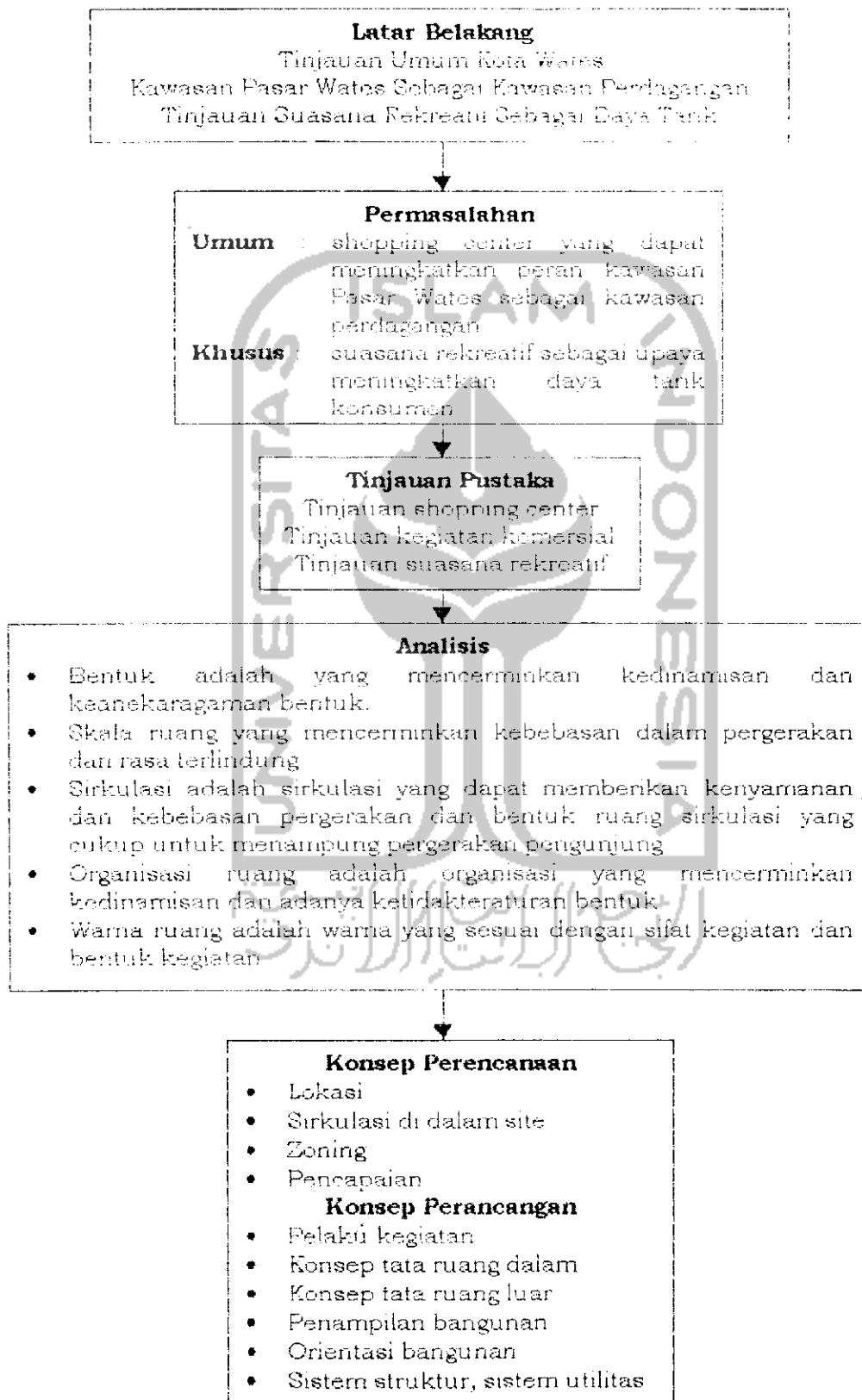
3. *Pusat Perbelanjaan Dan Rekreasi Tanjung Emas*, TA UGM 1997.

Permasalahan : pusat perbelanjaan dan rekreasi yang mampu mengakomodasi pelaku kegiatan dalam kapasitasnya sebagai suatu fasilitas komersial di kawasan tepian air Tanjung Emas Semarang.

Dengan demikian terlihat perbedaan penekanan antara tugas akhir ini dengan tugas akhir seperti yang tersebut di atas. Tugas akhir ini mengungkapkan permasalahan pada suasana ruang dalam yang rekreatif sebagai daya tarik.



### 1.9. Diagram Pola Pikir



## BAB II

# TINJAUAN SHOPPING CENTER DAN SUASANA REKREATIF

### 2.1. Shopping Center (Pusat Perbelanjaan)

#### 2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operating unit*), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit itu juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.<sup>1</sup>

Pengertian yang lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang/jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan penghitungan khusus dengan tujuannya adalah memetik keuntungan.<sup>2</sup>

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja, juga sebagai tempat untuk berekreasi/relak.<sup>3</sup>

#### 2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

##### 2.1.2.1. Berdasarkan Skala Pelayanan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>) Urban Land Institute, *Shopping Centers Development Handbook*, Community Builders Handbook Series, Washington, 1977.

<sup>2</sup>) Victor Gruen, *Centers for The Urban Environment: Survival of The Cities*, Van Nostrand Reinhold Co. New York, 1973.

<sup>3</sup>) Nadine Bendington, *Design of Shopping Center*, Butterworth Design Series, 1982.

<sup>4</sup>) Victor Gruen, *Centers for The Urban Environment*, 1973.

#### 1. Pusat perbelanjaan lokal (*Neighbourhood Center*)

Pusat perbelanjaan lokal ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 500 s/d 40.000 penduduk. Luas arealnya berkisar antara 30.000 s/d 100.000 sq ft (2.787 s/d 9.290 m<sup>2</sup>) dengan unit terbesar berupa *supermarket*.

#### 2. Pusat perbelanjaan distrik (*Community Center*)

Pusat perbelanjaan distrik ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 40.000 s/d 150.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas arealnya berkisar 100.000 s/d 300.000 sq ft (9.290 s/d 27.870 m<sup>2</sup>) yang terdiri dari *junior departement store*, *supermarket* dan toko-toko.

#### 3. Pusat perbelanjaan regional (*Regional/Main Center*)

Pusat perbelanjaan regional mempunyai jangkauan pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk. Luas arealnya antara 300.000 s/d 1.000.000 sq ft (27.870 s/d 92.990 m<sup>2</sup>) yang terdiri dari *junior departement store*, *departement store*, dan jenis toko-toko.

### 2.1.2.2. Berdasarkan Bentuk Fisik<sup>5</sup>

#### 1. *Shopping street*

Toko yang berderet di sepanjang jalan dan membentuk pola pita.

#### 2. *Shopping center*

Komplek pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual.

#### 3. *Departement store*

Suatu toko besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus untuk

<sup>5</sup>) Nadine Bendington, *Design for Shopping Centers*, Butterworth Design Series, 1982.

memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m<sup>2</sup>.

#### 4. *Supermarket*

Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan *self service*. Dari area penjualan dengan luas area berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

#### 5. *Departement store dan supermarket*

Merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan di atas.

#### 6. *Super store*

Merupakan toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar antara 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

### 2.1.2.3. Berdasarkan Kuantitas Barang Yang Dijual

#### 1. Toko grosir

Yaitu toko yang menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, di mana barang dalam jumlah besar tersebut biasanya disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko-toko hanya sebagai contoh.

#### 2. Toko eceran (*retail*)

Merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah relatif sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.

### 2.1.2.4. Berdasarkan Variasi Barang Yang Dijual<sup>6</sup>

#### 1. *Specially shop*

<sup>6</sup>) Victor Gruen, *Shopping Town USA, The Planning of Shopping Centers*, 1960.

Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya: toko obat, toko sepatu, toko kacamata, toko emas dan sebagainya.

## 2. *Variety shop*

Merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontong.

### 2.1.3. Aktifitas Kegiatan Pada Shopping Center

#### 2.1.3.1. Pelaku Kegiatan

Pelaku kegiatan pada shopping center dapat dibedakan menjadi:<sup>7</sup>

##### 1. Konsumen atau pembeli

Konsumen atau pembeli adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan barang dan jasa dengan melakukan transaksi serta melakukan kegiatan rekreasi di dalam shopping center. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat sosial ekonominya, semakin tinggi pula tuntutan kualitas pelayanan kebutuhannya. Di dalam shopping center ini konsumen atau pengunjung memperoleh banyak pilihan barang dan pelayanan maksimal dalam melakukan transaksi serta menikmati suasana yang menyenangkan dan rekreatif.

##### 2. Pedagang

Pedagang pada shopping center ini sebagai penyewa atau pembeli ruangan yang disediakan oleh investor sebagai tempat untuk menjual barang dagangannya. Pelaku kegiatan ini berkemauan untuk memperoleh sewa ruang yang menguntungkan usahanya dan dapat memasarkan barang

<sup>7</sup> Aria Nugrahadi, 1997 (*Repi, Fasilitas Komersial Terpadu Area Pasar Bawah*), TA UIL, 1999, hal. 18.

dagangannya secara efektif. Pedagang yang menyewa shopping center biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

### 3. Pengelola

Pengelola di sini menginginkan dapat menyediakan fasilitas yang menguntungkan pedagang yang terlibat melakukan kegiatan di dalam shopping center.

### 4. Supplier

Pengisi barang dagangan di dalam shopping center yang diperlukan oleh pedagang atau penjual.

#### 2.1.3.2. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi pada shopping center adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan jual beli yang meliputi :
  - a. Kegiatan penyajian barang
  - b. Kegiatan promosi
  - c. Kegiatan pergerakan
  - d. Kegiatan pelayanan
2. Kegiatan pengelolaan yang meliputi :
  - a. Kegiatan operasional
  - b. Kegiatan manajemen
  - c. Kegiatan maintenance
3. Kegiatan pengadaan barang yang meliputi :
  - a. Dropping (bongkar muat barang) dan distribusi barang
  - b. Kegiatan penyimpanan

#### 2.1.3.3. Pola Kegiatan

Kegiatan-kegiatan yang diwadahi pada shopping center mempunyai pola-pola hubungan antar kegiatan. Kecenderungan

yang terjadi dalam arus pengunjung dapat terjadi dengan adanya bentuk-bentuk atau pola sirkulasi :<sup>8</sup>

1. Pola kegiatan mengenal medan

Pada kegiatan ini pengunjung memikirkan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju. Pengunjung selalu mengutamakan pencapaian tercepat ke unit yang dituju, sehingga perlu diberikan orientasi pencapaian ke segala arah dengan pola yang jelas.

2. Pengunjung yang telah mengenal medan

- a. Langsung ke tempat yang dituju, apabila untuk keperluan singkat dan khusus. Agar maksud ini tercapai maka perlu diberikan jarak capai yang efektif ke segala arah.
- b. Berkeliling, apabila pengunjung ingin memilih barang ataupun sekedar melihat-lihat (rekreasi).

3. Transaksi

Dalam transaksi pengunjung langsung membayar harga barang yang dibelinya pada kasir.

4. Rekreasi

Pengunjung dalam melakukan kegiatan belanja yang panjang tentunya membutuhkan suatu perubahan suasana yang lebih rekreatif, sehingga perlu diberikan keleluasaan dalam bergerak atau tidak terikat jalur.

5. Kedekatan jarak

Pengunjung cenderung untuk mencari jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi, sehingga bentuk dan arah jalur dimungkinkan untuk saling berhubungan serta mudah dicapai.

#### 2.1.4. Karakter Kegiatan Shopping Center

<sup>8</sup>) Repi, *Fasilitas Komerstal Terpadau Area Pasar Bawah*, TA.UIL, 1999 hal. 19

Kegiatan utama di dalam shopping center adalah kegiatan jual beli yang berkaitan erat dengan kegiatan promosi dan tidak terlepas dengan kegiatan rekreasi di dalamnya. Dari kegiatan tersebut dapat dikelompokkan menurut sifat kegiatannya menjadi:

1. Sifat kegiatan jual beli

a. Dinamis

Hilir mudiknya orang di dalam shopping center menjadikan suasana ruangan menjadi ramai dalam melakukan kegiatan belanja. Sifat dinamis yaitu dengan adanya aliran pengunjung dalam memilih barang yang akan dibeli.

b. Terbatas

Meskipun semua orang terlibat dalam kegiatan di dalam shopping center tetapi tidak semua orang yang mau dan mampu melakukannya, melainkan hanya dari masyarakat yang mempunyai tingkat ekonomi tertentu.

2. Sifat kegiatan promosi

Kegiatan ini mempunyai orientasi dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik dan persaingan barang dagangannya.

a. Dalam upaya meningkatkan daya tarik orientasinya lebih mengarah pada segi visual atau penampakan barang serta kesan yang langsung ditangkap oleh pengunjung secara keseluruhan.

b. Sedangkan orientasi persaingan barang dagangan adalah lebih mengarah pada aspek harga dan kualitas barang dagangan serta mutu pelayanan dan penyajiannya.

3. Sifat kegiatan rekreasi

a. Non Formal

Pengunjung atau konsumen datang ke shopping center untuk melakukan kegiatan santai, menyenangkan dengan suasana ramainya berbagai macam kegiatan di dalamnya.



b. Dinamis

Pergerakan pengunjung yang mengalir dari satu tempat kegiatan ke tempat kegiatan lainnya membuat suasana menjadi dinamis.

### 2.1.5. Materi Yang Diperdagangkan

#### 2.1.5.1. Jenis Materi Perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya, materi perdagangan pada shopping center dapat dikelompokkan menjadi:<sup>9</sup>

1. *Demand goods*

Barang-barang pokok yang merupakan kebutuhan sehari-hari.

2. *Convenience goods*

Barang-barang yang sering dibutuhkan tetapi bukan kebutuhan pokok dan tidak dibutuhkan sehari-hari.

3. *Impuls goods*

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks, digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan. Misal : perhiasan, asesoris dan sebagainya

#### 2.1.5.2. Cara Penyajian Materi Perdagangan

Beberapa kemungkinan bentuk wadah cara penyajian barang dagangan dan tempat untuk menampung kegiatan pada shopping center :<sup>10</sup>

1. Bentuk tempat penyajian barang

a. *Table fixture* : bentuk meja menerus.

b. *Counter fixture* : bentuk almari rendah.

c. *Cases fixture* : bentuk almari transparan.

d. *Box fixture* : kotak-kotak terbuka.

<sup>9</sup>) Joseph De Chiara, *Time Saver Standart for Building Types*, Mc. Graw Hill, USA, hal. 731.

<sup>10</sup>) Ernst Neufert, *Data Arsitek Jilid I*, hal. 190, 192, 193, 195, 196.

- e. *Back fixture* : rak-rak almari yang terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai penyimpanan.
  - f. *Hanging case* : lemari penggantung.
  - g. Jendela peraga (*etalase*) : merupakan salah satu komponen penyajian barang yang letaknya di luar toko, mempunyai fungsi sebagai alat promosi untuk memperkenalkan barang-barang yang dijual kepada pengunjung sebelum masuk toko.
2. Tempat untuk menampung kegiatan dan standard.
    - a. Lay out toko
    - b. Lay out toko besar

Bentuk wadah penyajian barang atau tempat untuk menampung kegiatan tidak semua digunakan pada setiap toko, hanya digunakan sebagai standart dengan barang yang dijual dan disusun berdasarkan suasana yang diinginkan.

#### **2.1.5.3. Sifat Materi Perdagangan**

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung di dalam shopping center, meliputi :

1. Bersih, yang meliputi barang dagangan dan tempatnya.
2. Tidak berbau, untuk barang yang berbau ditempatkan dan dilakukan pengemasan khusus.
3. Padat (paling tidak bentuk wadah luarnya).
4. Kering
5. Tidak mudah busuk (tahan lama).

#### **2.1.5.4. Sistem Pelayanan Pada Pusat Perbelanjaan<sup>11</sup>**

##### *1. Personal service*

Pembeli atau konsumen dilayani oleh pramuniaga dari belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif.

##### *2. Self selection*

<sup>11)</sup> Victor Gruen, *Shopping Town USA, The Planning of Shopping Centers*, 1960.

Pembeli atau konsumen memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran pada counter.

### 3. *Self service*

Pembeli atau konsumen dengan membawa keranjang atau trolley yang tersedia, kemudian memilih barang yang dibutuhkan dan dibawa menuju counter untuk membayar barang yang telah diambilnya.

#### 2.1.6. Persyaratan Peruangan

Kenyamanan yang relatif tinggi bagi pengunjung dan pedagang, meliputi pemenuhan akan dua aspek kenikmatan, yaitu:<sup>12</sup>

1. *Emosional need* (kualitatif), merupakan sesuatu yang dapat dihayati perasaan dan mempengaruhi emosi, seperti :
  - a. Lay out ruang.
  - b. Dimensi ruang.
  - c. Warna dan tekstur ruang.
  - d. Pengaturan perabot (tata letak).
2. *Phisycal need* (kuantitatif), sesuatu yang berpengaruh langsung dan dapat dirasakan oleh indera atau rasa manusia, seperti :
  - a. Pencahayaan (alami dan buatan).
  - b. Penghawaan (alami dan buatan).
  - c. Tata suara.
  - d. Dekorasi.
  - e. Pengendalian bau.

---

<sup>12</sup>) Ibid

### **2.1.7. Area Lantai Pada Pusat Perbelanjaan**

Dalam merencanakan fungsi pusat perbelanjaan maka area lantai yang ada dapat dibedakan :<sup>13</sup>

1. *Selling Floor Area* (Area Lantai Penjualan)

Merupakan total dari area ruang yang digunakan di mana pengunjung dapat mencapainya, antara lain area penjualan, entrance, ruang depan dan toilet umum.

2. *Net Sales Area* (Area Penjualan Bersih)

Merupakan area penjualan yang dapat dimiliki, tidak termasuk entrance, ruang depan dan toilet umum, area penyimpanan, dan area tempat bertugas.

3. *Gross Retail Area* (Area Pengecer)

Merupakan total area lantai yang diukur dengan parameter di dinding luar, misalnya area penyimpanan, area penjualan.

4. *Gross Leasable Area* (Area Sewa)

Merupakan total area lantai yang ditempati oleh para pengecer, tidak termasuk mall, loading dock, dan area parkir.

### **2.2. Kegiatan Komersial**

Jenis kegiatan ini berkembang khususnya di daerah perkotaan dengan melibatkan banyak pihak dan pelaku kegiatan. Jenis kegiatan komersial ini dapat dikelompokkan menjadi :

1. Kegiatan industri (industri besar, sedang dan kecil)
2. Kegiatan perdagangan (grosir dan eceran)
3. Kegiatan jasa (pariwisata, perbangkan, hiburan, transportasi, komunikasi dan lain sebagainya.)

### **2.3. Tinjauan Suasana Rekreatif**

Suasana rekreatif adalah suasana yang dapat menyegarkan badan kembali dan fikiran atau sesuatu yang menggembarakan

<sup>13</sup>) Frics, Northen, *Shopping Centers*, A Developer's Guide to Planning, 1977.

dan menyenangkan.<sup>14</sup> Ruang yang rekreatif adalah ruang yang mempunyai bentuk tata ruang yang bebas, dinamis, tidak monoton dalam ruang gerak. Bentuk yang mencerminkan kebebasan adalah bentuk yang tidak terikat oleh sesuatu (leluasa), bergerak dan ada kecenderungan untuk melakukan perubahan.<sup>15</sup> Sedangkan tata ruang yang mempunyai bentuk dinamis adalah sesuatu yang fleksibel, tidak serupa, dan cenderung mengikuti trend.<sup>16</sup> Sedangkan pengertian tidak monoton adalah tidak membosankan dan mempunyai kecenderungan bervariasi dan mempunyai irama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa suasana rekreatif adalah suasana suatu ruang yang membuat pengguna leluasa dalam melakukan pergerakan sehingga memberikan kesegaran yaitu dengan bentuk tata ruang yang terdiri dari berbagai macam bentuk dan susunan yang tidak monoton, tidak serupa yang keberadaannya terbuka untuk masyarakat luas.

Sedangkan suasana rekreatif dapat tercermin pada beberapa hal, yaitu :

### **1. Bentuk**

Bentuk dapat memberikan suatu kesan statis, stabil, formal, agung, labil, aktif juga dapat memberikan atau mengesankan suatu pergerakan atau pelepasan.<sup>17</sup> Dari segi penampilannya bentuk dapat dibagi menjadi :<sup>18</sup>

- a. Bentuk teratur : bentuk geometris, kotak, kubus, kerucut, pramid dan sebagainya.
- b. Bentuk lengkung : umumnya bentuk-bentuk alam (memberikan kesan kelembutan, kesenangan, dan keindahan).

<sup>14</sup>) Karnus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka.

<sup>15</sup>) Fritz Wilkening, *Tata Ruang*, 1987.

<sup>16</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, 1985.

<sup>17</sup>) Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lanskap*, hal.96

<sup>18</sup>) Ibid, hal. 93.

- c. Bentuk tidak teratur : susunan yang terdiri dari berbagai macam bentuk dasar sehingga menjadi bentuk dinamis dan tidak monoton.

Sedangkan sifat atau karakter dari setiap bentuk memberikan kesan tersendiri seperti :<sup>19</sup>

- a. Bentuk kubus atau persegi baik tiga dimensi atau dua dimensi memberikan kesan statis, stabil, formal, mengarah ke arah monoton.
- b. Bentuk bulat atau bola memberi kesan tuntas, labil dan bergerak.
- c. Bentuk segitiga dan yang meruncing memberi kesan aktif, enerjik tajam serta mengarah.

Untuk mendapatkan suatu bentuk yang tidak monoton dan dinamis serta mempunyai keanekaragaman maka bentuk dapat merupakan komposisi dari gabungan ketiga bentuk dasar di atas. Sedangkan prinsip-prinsip penyusunan komposisi adalah:<sup>20</sup>

- a. Sumbu : merupakan suatu garis yang terbentuk oleh dua buah titik di dalam ruang dan terhadapnya bentuk-bentuk dan ruang-ruang dapat disusun dengan cara teratur dan tidak teratur.
- b. Simetri : merupakan susunan yang seimbang dari pola-pola yang hampir sama dari bentuk dan ruang terhadap suatu sumbu atau pusat.
- c. Irama/pengulangan : merupakan pola-pola yang sama dari irama-irama yang teratur atau harmonis dari garis-garis, bentuk-bentuk, potongan-potongan dan ruang-ruang.

<sup>19</sup>) Ibid, hal.93

<sup>20</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, hal.333.

- d. Datum : merupakan bentuk atau ruang yang teratur dan mempunyai kontinuitas dalam mengelompokkan suatu pola bentuk dan ruang.
- e. Transformasi : prinsip-prinsip konsep arsitektur yang dapat dipertahankan melalui sederetan transformasi.
- f. Hirarki : perbedaan bentuk-bentuk dan ruang-ruang baik dari ukuran, potongan bentuknya, dan dari penempatannya.

## 2. Skala Ruang

Skala dalam arsitektur adalah suatu kualitas yang menghubungkan ruang dengan kemampuan manusia dalam memahami bangunan tersebut dan menunjukkan perbandingan antara elemen ruang dengan suatu elemen tertentu yang ukurannya sesuai bagi manusia. (Rustam Hakim, 1993) Skala dalam dunia arsitektur dikenal 2 macam skala, yaitu :

NO	MACAM SKALA	PENGERTIAN
1.	SKALA UMUM	Ukuran relatif sebuah unsur bangunan terhadap bentuk-bentuk lain di dalam lingkungannya.
2.	SKALA MANUSIA, dibagi 3 macam :	Ukuran relatif sebuah unsur ruang terhadap dimensi dan proporsi tubuh manusia.
>	Skala Intim $D/H < 1$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dapat membentuk suasana akrab</li> <li>• Memberikan rasa terlindung dari gangguan</li> </ul>
>	Skala normal $D/H = 1$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaitu skala yang memberikan kesan leluasa dalam bergerak</li> </ul>
>	Skala monumental $D/H = 2$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membentuk suasana yang berwibawa, agung, kuat, dan skral</li> <li>• Membentuk suasana yang menakutkan</li> <li>• Memberi kesan menyesakkan</li> <li>• Memberi kesan penghuni tertelan oleh ruang</li> </ul>

Tabel II.1. Diagram Skala Ruang

Sumber : Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap

## 3. Bentuk Ruang Sirkulasi

Sistem sirkulasi sangat erat hubungannya dengan pola penempatan aktifitas sehingga merupakan pergerakan dari ruang satu ke ruang yang lain yang dapat mempengaruhi kenyamanan.<sup>21</sup> Ruang-ruang sirkulasi membentuk bagian yang tidak dapat

<sup>21)</sup> Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal.112.

dipisahkan dari setiap organisasi bangunan dan memakan tempat yang cukup besar di dalam ruang bangunan, jika dilihat sebagai alat penghubung semata-mata, maka jalur sirkulasi tidak akan ada akhirnya, seolah ruang yang menyerupai koridor.<sup>22</sup> Sirkulasi dengan unsur linier dapat diperlebar tidak hanya untuk menampung lebih banyak lalu lintas, tetapi untuk menciptakan tempat-tempat pemberhentian, beristirahat atau menikmati pemandangan.<sup>23</sup> Bentuk ruang sirkulasi dapat mempengaruhi gerak manusia pada waktu berkeliling, oleh karena itu bentuk ruang sirkulasi dibagi menjadi :

NO	BENTUK	CIRI-CIRI
1.	Tertutup	Membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui pintu-pintu masuk pada bidang dinding
2.	Terbuka satu sisi	Memberikan kontinuitas visual/ruang dengan ruang-ruang
3.	Terbuka dua sisi	Terjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya

Tabel II.2. Diagram Bentuk Ruang Sirkulasi  
Sumber : *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*

#### 4. Organisasi Ruang

Ada beberapa organisasi ruang yang digunakan untuk dapat menciptakan suasana rekreatif pada suatu ruangan, yaitu organisasi linier, organisasi terpusat, organisasi radial, organisasi grid dan organisasi cluster. Sedangkan organisasi-organisasi ruang itu mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :<sup>24</sup>

a. Organisasi terpusat :

i. Bentuk-bentuknya relatif kompak.

<sup>22</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, hal. 286.

<sup>23</sup>) Ibid, hal. 287.

<sup>24</sup>) Ibid, hal. 205-243.



- ii. Bentuk, ukuran dan fungsi mempunyai konfigurasi yang secara geometris teratur dan simetris terhadap dua sumbu atau lebih.
  - iii. Mempunyai bentuk sekunder yang berbeda dengan bentuk lain sebagai akibat tanggapan terhadap bentuk yang lain.
  - iv. Bentuk-bentuknya luwes, sehingga tanggap terhadap bentuk-bentuk yang lain.
- b. Organisasi linier :
- i. Terdiri dari bentuk yang berulang-ulang.
  - ii. Bentuk organisasinya luwes sehingga bisa dihubungkan dengan bentuk organisasi yang lain.
  - iii. Bentuk organisasinya menunjukkan arah dan pertumbuhan.
  - iv. Dapat dihubungkan dengan ruang linier yang berbeda dan terpisah.
  - v. Dapat menghubungkan dan mengorganisir ruang-ruang disepanjang bentangnya.
- c. Organisasi radial :
- i. Mempunyai ruang pusat yang dominan dari pada ruang lain yang ada jari-jarinya.
  - ii. Bentuk organisasinya dapat memadukan organisasi terpusat maupun organisasi linier.
  - iii. Susunan organisasi ini menghasilkan suatu pola yang dinamis, bergerak dan berputar mengelilingi pusatnya.
- d. Organisasi cluster :
- i. Mempunyai ketitadakteraturan bentuk.
  - ii. Bentuk organisasinya luwes dan dapat menerima pertumbuhan tanpa mempengaruhi karakternya.
  - iii. Memiliki orientasi leluasa ke segala arah.
  - iv. Menerima bentuk yang beda ukuran, bentuk dan fungsi.

e. Organisasi grid :

- i. Bentuk ruangnya diatur dalam pola grid tiga dimensi.
- ii. Bentuknya teratur.
- iii. Bentuk-bentuk ruang pada pola organisasi grid memiliki hubungan bersama walaupun beda ukuran, bentuk dan fungsi.

## 5. Warna Ruang

Peranan warna dalam arsitektur dapat dipakai untuk memperkuat bentuk yang dapat memberikan ekspresi kepada pikiran atau jiwa manusia yang melihatnya dan dapat menentukan karakter suatu ruang.<sup>25</sup> Menurut teori, warna terdiri dari dua macam sistem, yang umumnya digunakan dalam menyusun warna adalah teori :<sup>26</sup>

a. Teori Prang Colour System :

Secara psikologi warna dibagi menjadi tiga dimensi :

- i. Hue : mengenai panas/dinginnya warna.
- ii. Value : mengenai gelap terangnya warna.
- iii. Intensity : mengenai cerah dan redupnya warna.

b. Teori Munsell Colour System :

- i. Hue : menyatakan kualitas warna atau intensitas panjang gelombang.
- ii. Value : kesan kemudahan warna.
- iii. Chrome : penimpangan terhadap warna putih atau kejenuhan warna.

Sedangkan sifat-sifat warna ditinjau secara psikologi untuk menciptakan suasana ruang yang diharapkan adalah :

<sup>25</sup>) H.K. Ishar, *Pedoman Umum Merancang Bangunan*, hal. 132.

<sup>26</sup>) Rustan Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal. 101-102.

NO	WARNA	SIFAT	CONTOH
1.	Warna cerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bahagia</li> <li>✓ Menyenangkan</li> <li>✓ Menonjol</li> <li>✓ Mengembang</li> <li>✓ Ringan</li> <li>✓ Hangat</li> <li>✓ Tenang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Putih</li> <li>• Kuning</li> <li>• Kuning hijau</li> <li>• Merah</li> <li>• Jingga</li> <li>• Jingga kuning</li> <li>• Abu-abu</li> </ul>
2.	Warna gelap	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dingin</li> <li>✓ Menambah konsentrasi</li> <li>✓ Menyempit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coklat hitam</li> <li>• Biru</li> <li>• Ungu</li> </ul>

Tabel II.3. Diagram Sifat-Sifat Warna

Sumber: Tata Ruang Dan Pedoman Umum Merancang Bangunan

Sedangkan sifat warna di dalam penggunaan pada ruangan adalah sebagai berikut :

NO	SIFAT WARNA	RUANG
1.	Hangat	Warna hangat lebih menyenangkan untuk area di mana manusia tidak diburu oleh waktu dan biasanya untuk area yang digunakan lebih bersifat rekreasi.
2.	Dingin	Penggunaan warna dingin untuk area di mana pekerjaan bersifat rutin/monoton (belajar, bekerja)

Tabel II.4. Diagram Penggunaan Warna

Sumber: Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap

Menurut sifat-sifatnya, warna hangat dan dingin dapat diuraikan sebagai berikut :

NO	WARNA	SIFAT
1.	Hangat : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Putih</li> <li>✓ Kuning</li> <li>✓ Kuning hijau</li> <li>✓ Hijau</li> <li>✓ Abu-abu (campuran)</li> <li>✓ Merah</li> <li>✓ Jingga</li> <li>✓ Jingga kuning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terang, cerah</li> <li>• Bebas, ceria</li> <li>• Tenang, menyenangkan</li> <li>• Tenang, ramah, pendekia</li> <li>• Menenangkan</li> <li>• Panas, melelahkan urat saraf</li> <li>• Gembira, bergairah</li> <li>• Lincah, bergairah</li> </ul>
2.	Dingin : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hitam</li> <li>✓ Biru</li> <li>✓ Biru ungu</li> <li>✓ Ungu</li> <li>✓ Ungu merah</li> <li>✓ Biru hitam (campuran)</li> <li>✓ Coklat hitam (campuran)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelap, mencekam, menakutkan</li> <li>• Keras, dingin</li> <li>• Sombong, suka menghayal</li> <li>• Tinggi, ekstrim</li> <li>• Tenang, peka</li> <li>• Menekan</li> <li>• Menolak</li> </ul>

Tabel II.5. Diagram Sifat Warna Hangat Dan Dingin

Sumber: Pedoman Umum Merancang Bangunan

Suasana rekreatif pada suatu ruangan dipengaruhi oleh pergerakan manusia di dalam melakukan aktifitas antara konsumen dan pedagang. Pergerakan tersebut dipengaruhi oleh keinginan dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan tersebut adalah ( *Simonds John Orsmsbe, 1961* ) :

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

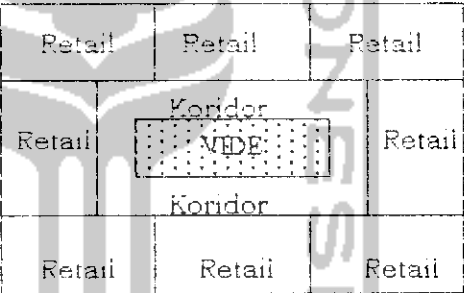
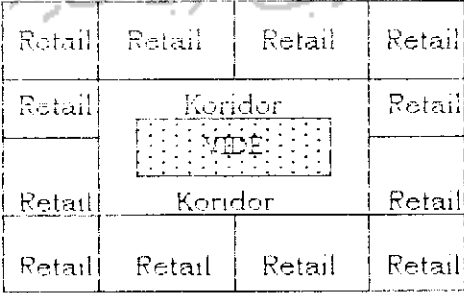
Sedangkan pergerakan manusia dan sifatnya merupakan penentu ruang dan suasana rekreatif ( *Toetoeke Hari Hatmojo, 1994* ) adalah :

1. Bebas : manusia melakukan pergerakan ke arah yang lebih bebas, melakukan pergerakan karena terikat oleh suatu obyek dan mencari tempat untuk memperoleh view yang luas.
2. Santai : mencari tempat yang lebih privacy untuk melakukan istirahat karena lelah sambil menikmati suasana lingkungan dan mengamati obyek dengan santai sambil melakukan transaksi .

3. Terarah : melakukan pergerakan ke tempat yang mempunyai suasana berbeda, melakukan pergerakan menurut pengarah pola sirkulasi.
4. Dinamis : menuju tempat yang lebih leluasa, mempercepat pergerakan apabila tidak tertarik pada suasana materi dagangan dan akan bosan dengan jalur yang monoton.

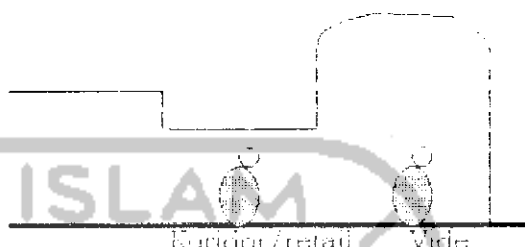
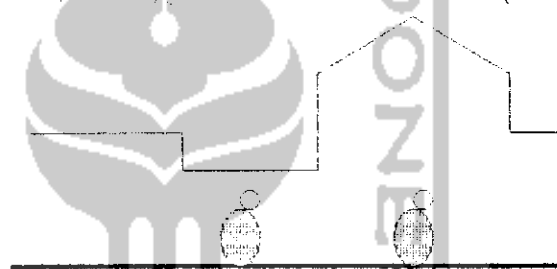
## 2.4. Studi Pemandang Unsur Pembentuk Suasana Rekreatif

### 2.4.1. Bentuk

PEMBANDING	KONDISI EKSISTING
▶ Malioboro Mall	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk dasar ruang menggunakan bentuk ruang yang teratur dengan bentuk dasar segiempat, sehingga terkesan monoton dan sederhana</li> <li>• Pola tata ruangnya berderet/linier di seluruh sisi bangunan.</li> </ul> <div style="text-align: center;">  <p>The diagram shows a 3x3 grid of retail units. A central horizontal corridor is labeled 'Koridor'. A shaded rectangular area in the center of the grid is labeled 'MDE'. The units are labeled 'Retail'.</p> </div>
▶ Ramai Mall	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk dasar ruang adalah dengan bentuk yang teratur, yaitu bentuk dasar segiempat, sehingga terkesan tidak dinamis dan monoton dalam ruang gerak.</li> <li>• Pola tata ruang terletak sepanjang sisi bangunan secara berderet.</li> </ul> <div style="text-align: center;">  <p>The diagram shows a 4x4 grid of retail units. A central horizontal corridor is labeled 'Koridor'. A shaded rectangular area in the center of the grid is labeled 'MDE'. The units are labeled 'Retail'.</p> </div>

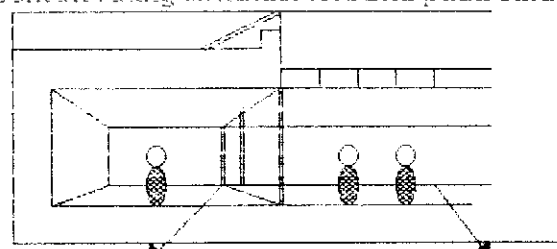
Tabel II.6. Kondisi Eksisting Bentuk Ruang  
Sumber : Pengamatan

### 2.4.2. Skala Ruang

PEMBANDING	KONDISI EKSISTING
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Malioboro Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan D dan H :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- <math>D/H &lt; 1</math>, yaitu skala intim (untuk ruang sirkulasi dan retail)</li> <li>- <math>D/H = 1</math>, yaitu skala monumental (untuk vide)</li> </ul> </li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ramai Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan D dan H :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- <math>D/H &lt; 1</math>, yaitu skala intim (untuk ruang sirkulasi dan retail)</li> <li>- <math>D/H = 1</math>, yaitu skala monumental (untuk vide)</li> </ul> </li> </ul> 

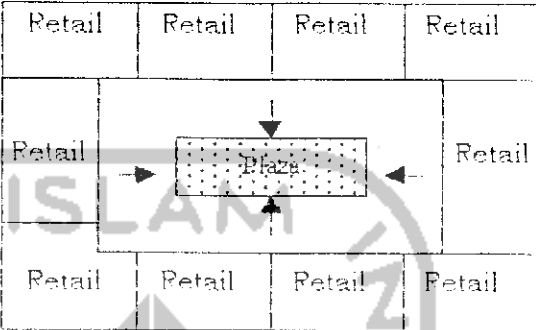
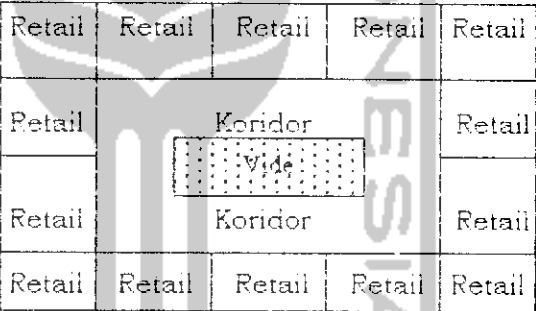
Tabel II.7. Kondisi Eksisting Skala Ruang  
Sumber : Pengamatan

### 2.4.3. Bentuk Ruang Sirkulasi

PEMBANDING	KONDISI EKSISTING
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Malioboro Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pola sirkulasi bersifat linier yang diarahkan oleh perletakan unit pertokoan dan eskalator dan tidak adanya variasi pola sirkulasi.</li> <li>• Bentuk ruang sirkulasi terbuka pada satu sisi.</li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ramai Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pola sirkulasi yang terjadi di tiap lantai terletak di tengah dikelilingi oleh unit retail yang ada.</li> <li>• Bentuk ruang sirkulasi terbuka pada satu sisi. (Gambar seperti di atas)</li> </ul>

Tabel II.8. Kondisi Eksisting Bentuk Ruang Sirkulasi  
Sumber : Pengamatan

#### 2.4.4. Organisasi Ruang

PEMBANDING	KONDISI EKSISTING
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Malioboro Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisasi ruang menggunakan organisasi terpusat di mana plaza merupakan pusat dari ruang-ruang yang ada.</li> </ul>  <p>The diagram shows a central rectangular area labeled 'Plaza' with a dotted pattern. It is surrounded by a grid of 'Retail' units. Arrows point from the 'Retail' units towards the central 'Plaza'.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ramai Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisasi ruang dengan menggunakan sistem organisasi grid, di mana ruang-ruang diatur menggunakan grid secara teratur.</li> </ul>  <p>The diagram shows a grid layout of 'Retail' units. In the center, there is a 'Vide' (aisle) area with a dotted pattern, flanked by 'Koridor' (corridor) areas. Arrows indicate the flow of movement through the grid.</p>

Tabel II.9. Kondisi Eksisting Organisasi Ruang  
Sumber : Pengamatan

#### 2.4.5. Warna Ruang

PEMBANDING	KONDISI EKSISTING
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Malioboro Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinding : krem</li> <li>• Lantai : coklat</li> <li>• Plafond : krem</li> <li>• Furniture : perak aluminium dan oranye pada pembatas vide.</li> <li>• Rangka atap : hijau</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ramai Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinding : putih</li> <li>• Lantai : coklat + putih</li> <li>• Plafond : putih</li> <li>• Furniture : oranye dan hijau pada pembatas vide.</li> <li>• Rangka atap : merah</li> </ul>

Tabel II.10. Kondisi Eksisting Warna Ruang  
Sumber : Pengamatan

## BAB III

# ANALISIS SUASANA REKREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK

### 3.1. Pengantar

Shopping center sebagai tempat kegiatan perbelanjaan yang merupakan salah satu mata rantai dari kegiatan ekonomi. Selain berfungsi sebagai tempat kegiatan perbelanjaan shopping center merupakan tempat kegiatan yang tidak dapat terlepas dari fungsi sebagai tempat rekreasi. Sebagai salah satu sarana yang dapat dijadikan tempat rekreasi maka tuntutan kenyamanan dan suasana rekreatif menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan supaya pengunjung tidak cepat merasa bosan dalam melakukan kegiatan di dalamnya. Maka untuk mencegah kelelahan dan kebosanan dalam melakukan kegiatan yang panjang perlu adanya variasi suasana maupun variasi kegiatan.

Variasi suasana menurut kinematika gerak dapat dilakukan dengan gerakan berjalan-jalan, berhenti sejenak, berhenti lama, istirahat dan menikmati view sekeliling. Variasi suasana ini dapat diciptakan dengan menyediakan fasilitas :

1. Menyediakan ruang terbuka (plaza) yang dilengkapi dengan tempat duduk untuk menghilangkan rasa bosan dan jenuh akibat melakukan kegiatan perbelanjaan yang panjang.
2. Pengolahan jalur sirkulasi dengan perubahan ketinggian lantai, penyempitan dan pelebaran koridor, permainan ketinggian plafon, perubahan bentuk, warna.

Sedangkan variasi kegiatan dapat diciptakan dengan mempertimbangkan kegiatan yang berhenti lama, istirahat dan



menikmati view sekeliling dengan menyediakan fasilitas rekreasi yang berupa :

1. Cafeteria
2. Tempat promosi barang
3. Bioskop
4. Tempat permainan anak
5. Bilyard center

Sedangkan ruang shopping center yang mencerminkan suasana rekreatif adalah ruang-ruang dinamis yang memberikan kebebasan dalam melakukan pergerakan, kegiatan yang santai dan tidak membosankan dengan adanya suatu variasi. Suasana rekreatif di dalam shopping center tersebut dapat diciptakan melalui :

1. Pengolahan bentuk dengan cara mengkomposisikannya
2. Skala ruang
3. Sirkulasi ruang
4. Organisasi ruang
5. Warna ruang

### **3.2. Bentuk**

Bentuk segiempat memberikan kesan kesederhanaan dan monoton (lihat Tabel II.6 BAB II). Untuk menciptakan suasana rekreatif sehingga pengunjung dapat leluasa dalam melakukan pergerakan maka bentuk segiempat disusun dengan cara mengkomposisikannya dengan adanya suatu penambahan ataupun pengurangan bentuk, sehingga dapat tercipta suatu bentuk ruang yang dinamis dan tidak menimbulkan kesan ruang yang monoton.

Suatu bentuk yang diciptakan, akan memperlihatkan sisi-sisi permukaannya, dan permukaan akan mempengaruhi

penampilan bangunan.<sup>1</sup> Pada tata ruang bentuk dapat memberikan suatu kesan dan bentuk dasar dapat memberikan kesan statis, bergerak, aktif.<sup>2</sup> Bentuk dapat diciptakan melalui suatu komposisi bentuk dasar (segitiga, segiempat, lingkaran) atau suatu bentuk komposit dengan penggabungan, penambahan ataupun pengurangan dari bentuk dasar.<sup>3</sup> Dalam penentuan komposisi bentuk dasar ruang pada shopping center yang perlu menjadi pertimbangan adalah kemudahan dan keefisienan dalam penataan ruang dan perabotan yang berkaitan erat dengan pola sirkulasi di dalam ruang dan adanya pola struktur yang jelas. Sehingga bentuk yang digunakan untuk mendasari ruang shopping center yang mempunyai bentuk tata ruang supaya pengguna leluasa untuk bergerak adalah bentuk segiempat dengan pertimbangan :

1. Bentuk segiempat merupakan bentuk yang fleksibel ke arah horisontal maupun vertikal.
2. Dalam pengembangan modul struktur merupakan bentuk yang efisien dan adanya pola struktur yang jelas.
3. Efisien dalam penataan ruang dan penataan perabotnya sehingga tidak membuang ruangan dan perabotan dapat menempati sisi ruangan dengan baik.
4. Pola sirkulasi yang efisien dan mudah
5. Memudahkan dalam pengaturan hubungan antar ruang perbelanjaan

Sedangkan untuk menciptakan ruang shopping center dengan suasana rekreatif supaya pengguna dapat leluasa dalam melakukan pergerakan dan memberikan kesan dinamis adalah dengan bentuk dasar segiempat dalam pengolahan masa

<sup>1</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, 1985 .

<sup>2</sup>) Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal.93.

<sup>3</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, 1985.

bangunan dengan cara mengkomposisikannya melalui perbedaan-perbedaan bentuk-bentuk baik dari ukurannya maupun pada susunannya. Karena dengan komposisi bentuk akan memberikan keanekaragaman yang dapat mencegah kebosanan dan akan menghilangkan suasana monoton. Karena dengan adanya suatu komposisi bentuk akan dapat terbentuk keanekaragaman. Keanekaragaman akan lebih terasa dalam menciptakan suasana rekreatif jika dibandingkan dengan sesuatu yang monoton.<sup>4</sup> Dengan demikian prinsip penyusunan komposisi yang dapat mencerminkan suasana rekreatif pada shopping center adalah dengan prinsip hirarki, karena prinsip tersebut mempunyai karakter bentuk yang berbeda dari ukurannya dan dari penempatannya, sehingga dengan adanya perbedaan tersebut akan menjadi suatu bentuk yang dinamis dan tidak monoton.



Gambar III.1. Komposisi Bentuk Dasar  
Sumber : Analisis

### 3.3. Skala Ruang

Penggunaan skala dalam ruang pusat perbelanjaan belum sesuai dengan tuntutan aktifitas dan fungsi ruangan (**lihat Tabel II.7 BAB II**). Untuk dapat menentukan skala yang baik terlebih dahulu kita harus mengetahui fungsi dari bangunan tersebut.

<sup>4</sup>) Edward T. White, *Concept Sourcebook*, a Vocabulary of Architecture Forms, 1990.

Skala dalam arsitektur adalah kesan yang ditimbulkan bangunan atau ruang mengenai ukuran besarnya.<sup>5</sup> Skala merupakan suatu kualitas yang menghubungkan bangunan atau ruang dengan kemampuan manusia dalam memahami bangunan atau ruang.<sup>6</sup> Dalam arsitektur dikenal dua macam skala, yaitu :

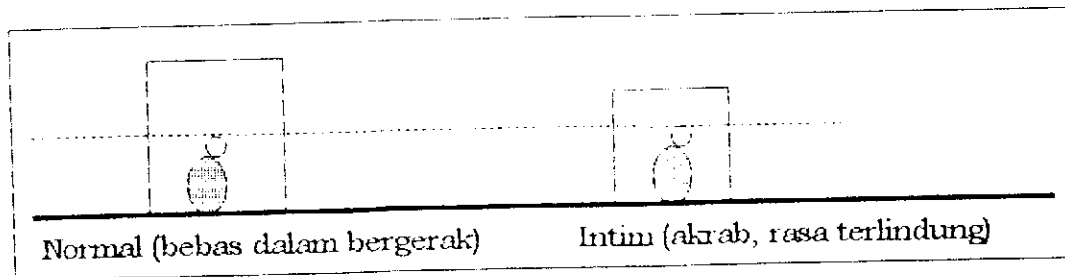
NO	MACAM SKALA	PENGERTIAN
1	SKALA UMUM	Adalah perbandingan ukuran elemen ruang terhadap elemen lain di sekitarnya.
2.	SKALA MANUSIA, terdiri dari :	Adalah perbandingan ukuran elemen ruang dengan dimensi dan proporsi tubuh manusia.
➤	Skala Normal $D/H = 1$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan kesan keleluasaan dalam pergerakan.</li> </ul>
➤	Skala Intim $D/H < 1$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dapat membentuk suasana yang akrab.</li> <li>• Dapat memberikan rasa terlindung bagi manusia yang berada di dalamnya.</li> </ul>
➤	Skala Monumental $D/H > 1$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dapat membentuk kesan keagungan.</li> <li>• Dapat membentuk suasana yang menakutkan.</li> <li>• Memberikan rasa kekaguman.</li> <li>• Dapat membangkitkan semangat dan kekuatan.</li> </ul>

Tabel III.1. Diagram Skala Ruang  
Sumber : Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap

Dari pengertian tersebut maka skala ruang pada shopping center yang dapat membentuk suasana rekreatif serta dapat mencerminkan kedinamisan dan kebebasan sehingga pengunjung dapat melakukan keleluasaan dalam pergerakan adalah dengan menggunakan skala normal dan skala intim.

<sup>5</sup>) H.K. Ishar, *Pedoman Umum Merancang Bangunan*, hal. 100.

<sup>6</sup>) Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal. 55



Gambar III 2 Pengaruh Skala Terhadap Suasana Rekreatif  
Sumber : Analisis

Sehingga diagram skala ruang yang membentuk suasana yang mencerminkan kebebasan sehingga leluasa dalam melakukan pergerakan dan membentuk suasana akrab, terlindung dari gangguan adalah

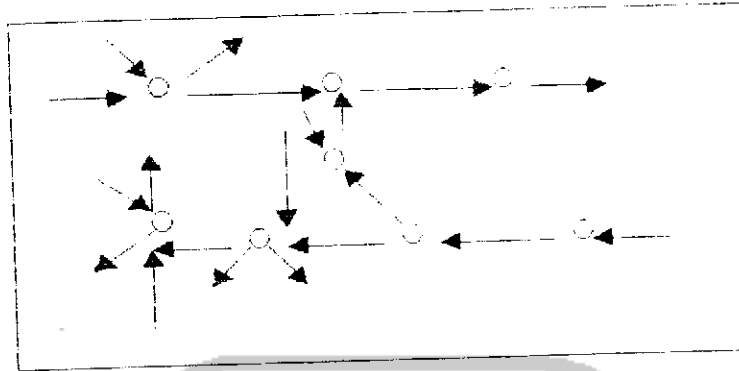
NO	RUANG	SIFAT KEGIATAN	BENTUK KEGIATAN	SKALA RUANG	DH
<b>A. Ruang Penerimaan</b>					
1.	Hall/Lobby	Gembira	Pelayanan	Normal	5/5
<b>B. Pedagang Grosir</b>					
2.	Toko	Gembira	Transaksi	Normal	4,75/4,75
3.	Tempat sortir barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
4.	Tempat pengemasan	Tenang	Kerja	Normal	4/4
5.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
<b>C. Pedagang Eceran</b>					
6.	Toko	Gembira	Transaksi	Normal	4,75/4,75
7.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
<b>D. Ruang Pelayanan</b>					
8.	Ruang area informasi	Formal	Mencari informasi	Intim	3,4/3,5
<b>E. Ruang Pengelola</b>					
9.	Ruang tamu	Formal	Bertamu	Normal	4/4
10.	Ruang direksi	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
11.	Ruang sekretaris	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
12.	Ruang staff	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>F. Ruang Permainan Anak</b>					
13.	Ruang duduk	Gembira	Santai, duduk	Normal	4,5/4,5
14.	Ruang bermain	Gembira	Bermain	Normal	4,5/4,5
15.	Katetaria	Gembira	Makan	Normal	4/4
16.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>G. Ruang Billiard</b>					
17.	Lobby	Gembira	Pelayanan	Normal	5/5
18.	Counter	Formal	Pelayanan	Intim	3,4/3,5
19.	Ruang permainan	Gembira	Bermain	Normal	4,75/4,75
20.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>H. Bioskop</b>					
21.	Lobby	Gembira	Santai, menunggu	Normal	5/5
22.	Ruang tiket	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
23.	Ruang administrasi	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
24.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5

25.	Ruang proyektor	Formal	Kerja	Normal	4,75/4,75
26.	Kafetaria	Gembira	Makan	Normal	4/4
<b>1.</b>	<b>Ruang Pendukung</b>				
27.	Musholla	Tenang	Sholat	Normal	4/4
28.	Ruang rapat	Formal	Kapat	Normal	4,5/4,5
29.	Lamtoro	Tenang		Normal	4/4
30.	Gudang	Tenang		Normal	3,75/3,75
31.	Ruang servis	Tenang		Normal	4,5/4,5
32.	Ruang M.E	Tenang		Normal	4,5/4,5
33.	Ruang A.R.S	Tenang		Normal	4/4
34.	Ruang pompa	Tenang		Normal	4/4

Tabel III.2. Diagram Skala Ruang Shopping Center  
Sumber: Analisis

### 3.4. Sirkulasi

Dasar pertimbangan untuk menciptakan sirkulasi yang rekreatif pada ruang dalam bahwa shopping center mempunyai berbagai kegiatan berupa kegiatan belanja, promosi dan tidak terlepas dari kegiatan rekreasi. Dalam melakukan kegiatan yang panjang sirkulasi yang monoton akan menimbulkan rasa bosan dan jenuh. Karena sirkulasi yang lurus akan membuat seseorang merasa bosan atau enggan untuk menyusuri, apabila seseorang tidak yakin akan adanya sesuatu yang benar-benar dibutuhkan di ujung perjalanan. Sehingga perlu penciptaan sirkulasi yang rekreatif berupa variasai suasana seperti perubahan ketinggian lantai, perubahan bentuk ruang yang dihubungkan, perubahan bentuk ruang sirkulasi.



Gambar III.3. Sistem Pergerakan Yang Rekreatif  
Sumber : Concept Sourcebook

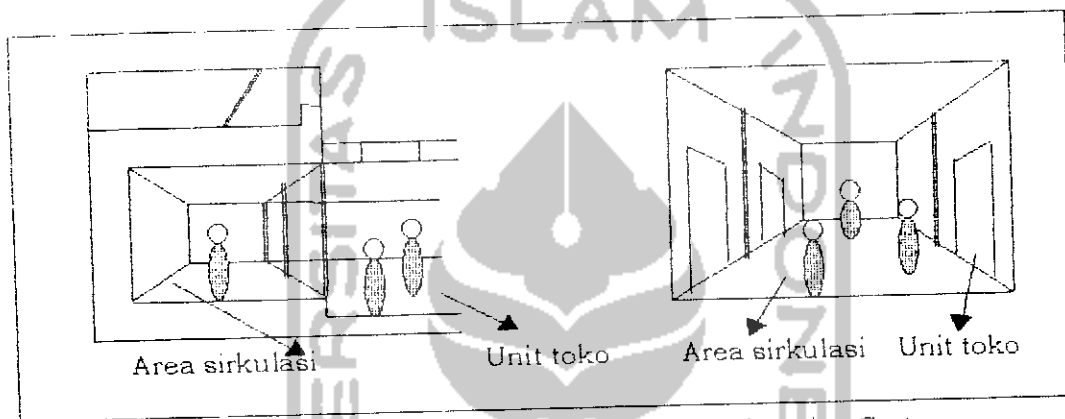
Ruang-ruang sirkulasi membentuk bagian yang tak dapat terpisahkan dari setiap organisasi bangunan dan memakan tempat yang cukup besar di dalam ruang bangunan. Jika dilihat sebagai alat penghubung semata-mata, maka jalur sirkulasi tidak akan ada akhirnya yang seakan-akan membentuk ruang-ruang yang menyerupai lorong-lorong. Bentuk suatu ruang sirkulasi harus dapat menampung gerak manusia pada waktu berkeliling berhenti sejenak, beristirahat atau menikmati pemandangan sepanjang jalur sirkulasi.<sup>7</sup> Bentuk ruang sirkulasi terdiri dari :

NO	BENTUK RUANG SIRKULASI	KARAKTER
1.	Tertutup	Membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui bidang pintu masuk pada bidang dinding.
2.	Terbuka Satu Sisi	Memberikan kontinuitas visual/ruang dengan ruang-ruang.
3.	Terbuka Dua Sisi	Menjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya.

Tabel III.3. Diagram Bentuk Ruang Sirkulasi  
Sumber : Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya.

<sup>7)</sup> Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, hal. 286.

Sehingga bentuk ruang sirkulasi pada shopping center supaya pengguna dalam melakukan kegiatan dapat leluasa bergerak adalah dengan bentuk ruang sirkulasi tertutup karena akan memudahkan dalam pergerakan yang dapat mengarahkan sirkulasi pengunjung secara teratur dan terbuka satu sisi karena bentuk ruang sirkulasi tersebut mencerminkan adanya unsur keleluasaan dalam pergerakan.



Gambar III.4. Bentuk Ruang Sirkulasi Pada Shopping Center  
Sumber: Analisis

Sirkulasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam organisasi ruang shopping center. Sehingga masalah sirkulasi berkaitan erat dengan penyediaan ruang sirkulasi bagi pengunjung untuk memperoleh kenyamanan dan keleluasaan dalam melakukan pergerakan untuk mencapai setiap fasilitas yang ada pada shopping center.

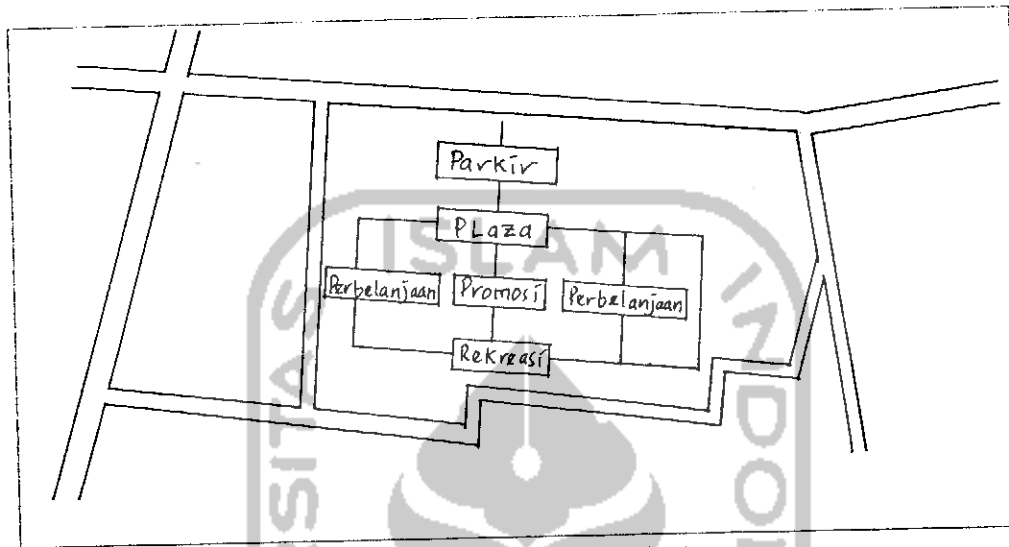
Oleh karena itu ada beberapa pertimbangan untuk menjadi dasar dari penentuan pola pergerakan yang terjadi di dalam shopping center, yaitu :

1. Pola sirkulasi yang dapat mendukung kenyamanan pergerakan pengunjung dan dapat melakukan keleluasaan dalam setiap kegiatan yang ada pada shopping center.
2. Penyediaan ruang sirkulasi yang cukup dan adanya pola bentuk perpindahan yang jelas.





3. Agar pengunjung tidak kehilangan arah dalam melakukan kegiatan maka diberikan alternatif ruang sirkulasi yang dapat mengarahkan pengunjung ke mana akan bergerak.



Gambar III.5. Pola Sirkulasi  
Sumber: Analisis

### 3.5. Organisasi Ruang

Organisasi ruang terpusat dan grid akan menimbulkan suatu kesan bentuk ruang monoton dan tidak luwes untuk menerima pertumbuhan dan perubahan langsung tanpa mempengaruhi karakternya.

Organisasi ruang diperlukan agar didapatkan komposisi ruang yang sesuai dengan fungsinya, yaitu sebagai pusat perbelanjaan. Dengan adanya organisasi ruang maka akan dapat menjelaskan seberapa tingkat pentingnya setiap ruang yang ada pada shopping center. Syarat-syarat yang harus diperhatikan dalam menyusun organisasi ruang pada sebuah bangunan adalah letak-letak fungsi, persyaratan ukuran, klasifikasi hirarki ruang, pencapaian, pencahayaan ataupun pandangan.<sup>8</sup> Dengan demikian akan dapat diketahui ruang apa yang akan direncanakan, bentuk

<sup>8</sup>) Francis D.K. Ching, *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, hal. 204, 1985.

dan pola sirkulasi yang terjadi, hubungan antara ruang yang satu dengan ruang yang lain dan terhadap ruang luar.<sup>9</sup>

Pola organisasi ruang membutuhkan transformasi berdasarkan dari pola hubungan ruang yang lebih spesifik dari kegiatan yang diwadahi. Yang menjadi dasar pertimbangan dalam perencanaan organisasi ruang adalah :

1. Organisasi ruang harus disesuaikan berdasarkan fungsi yang akan diwadahi yaitu sebagai tempat kegiatan perbelanjaan.
2. Kemudahan pencapaian ke semua ruang.
3. Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan memberikan ruang sirkulasi yang cukup dalam kegiatan perbelanjaan.
4. Hubungan antar ruang yang satu dengan ruang yang lain dapat terlihat dengan jelas.

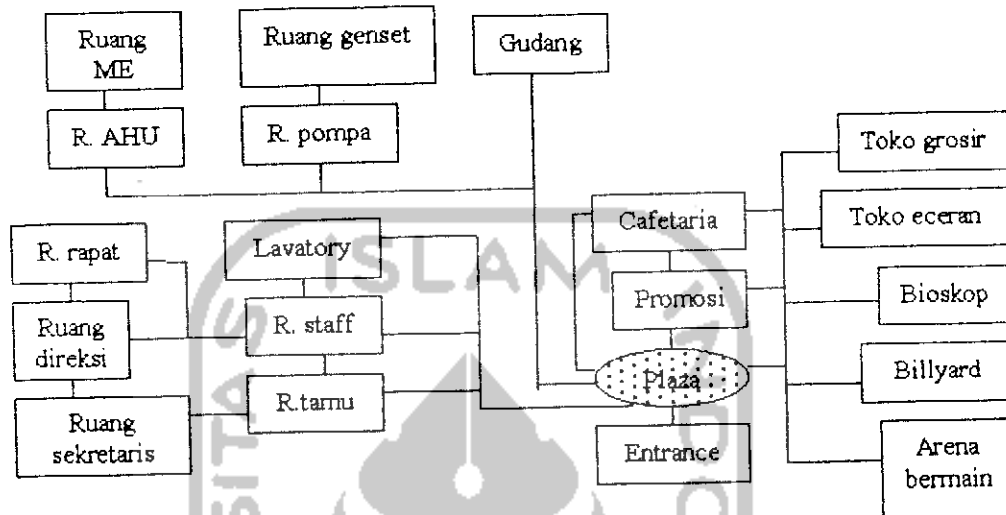
Sehingga organisasi ruang pada shopping center yang dapat mencerminkan suasana rekreatif supaya pengunjung dapat leluasa dalam melakukan pergerakan, membentuk ruang-ruang yang dinamis adalah organisasi :

1. Yang mempunyai karakter ketidakteraturan bentuk yang mencerminkan bentuk dinamis dan tidak monoton.
2. Yang memiliki orientasi leluasa ke segala arah.
3. Dapat menerima bentuk yang beda ukuran, bentuk dan fungsi.

Dengan demikian maka organisasi ruang shopping center yang dapat mencerminkan suasana rekreatif adalah organisasi *cluster* karena bentuk organisasinya luwes dan dapat menerima

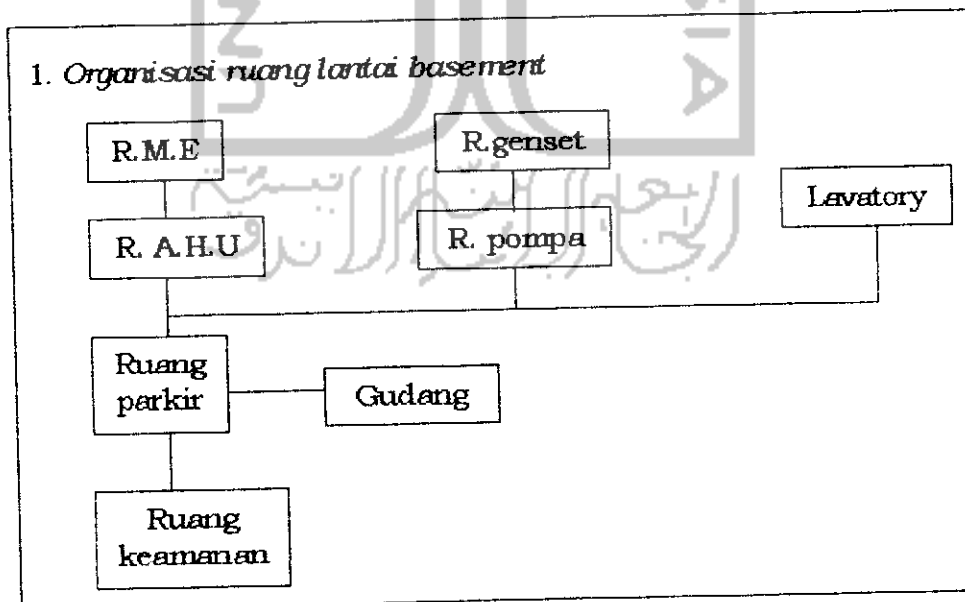
<sup>9</sup>) Ibid, hal. 205.

pertumbuhan tanpa mempengaruhi karakternya. Sehingga bentuk organisasi ruang pada shopping center adalah :

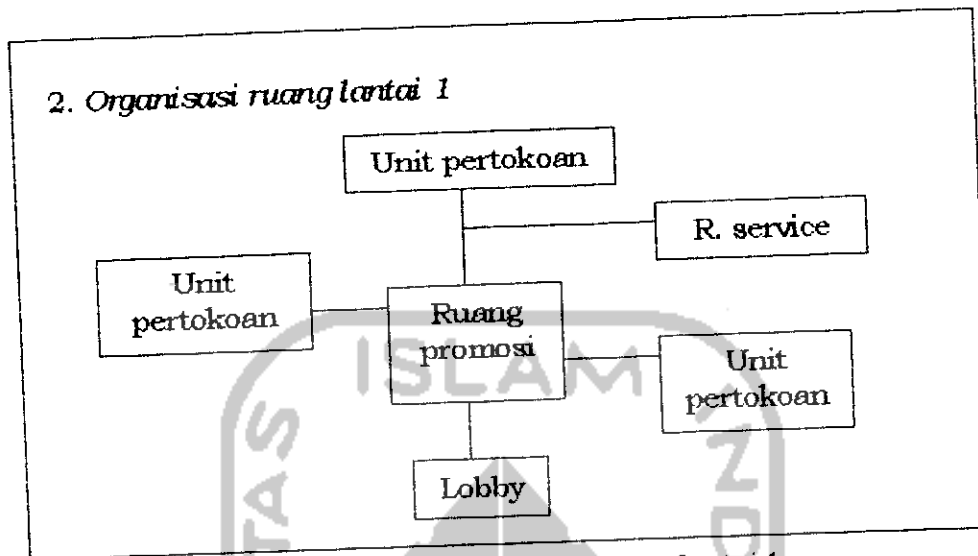


Gambar III.6. Organisasi Ruang Shopping Center  
Sumber : Analisis

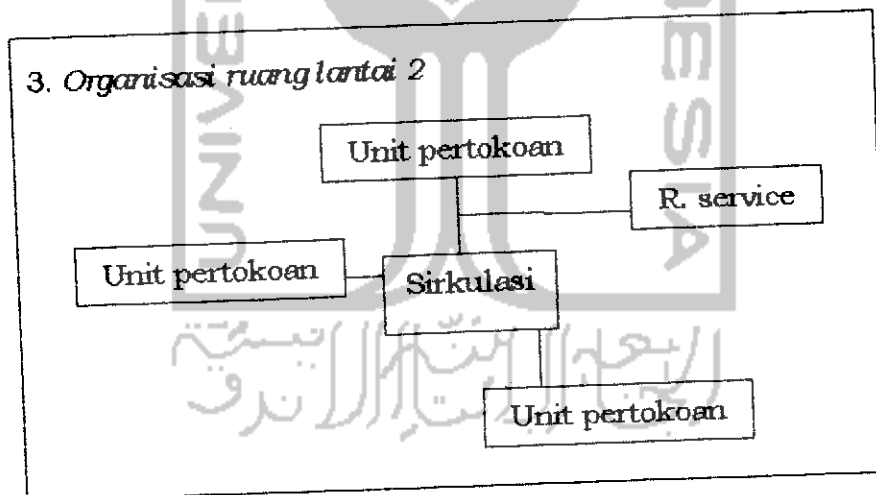
Sedangkan organisasi ruang pada tiap lantai bangunannya adalah sebagai berikut :



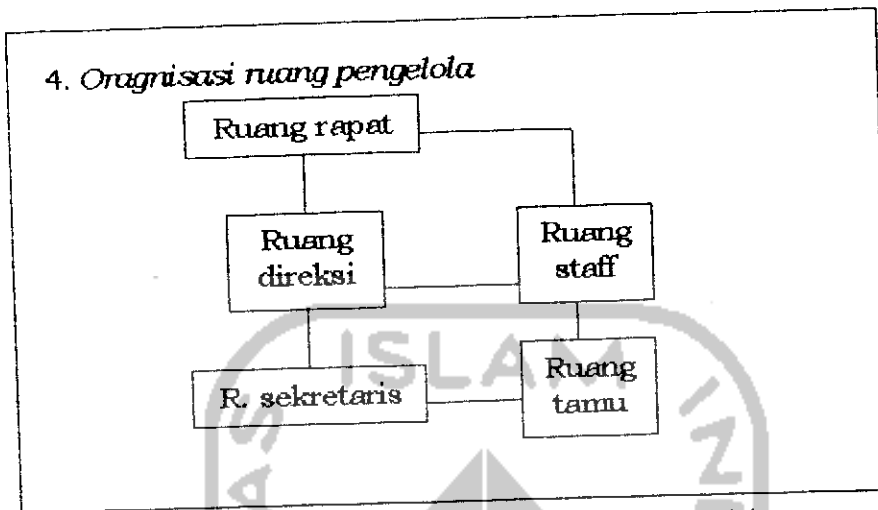
Gambar III.7. Organisasi Ruang Lantai Basement  
Sumber : Analisis



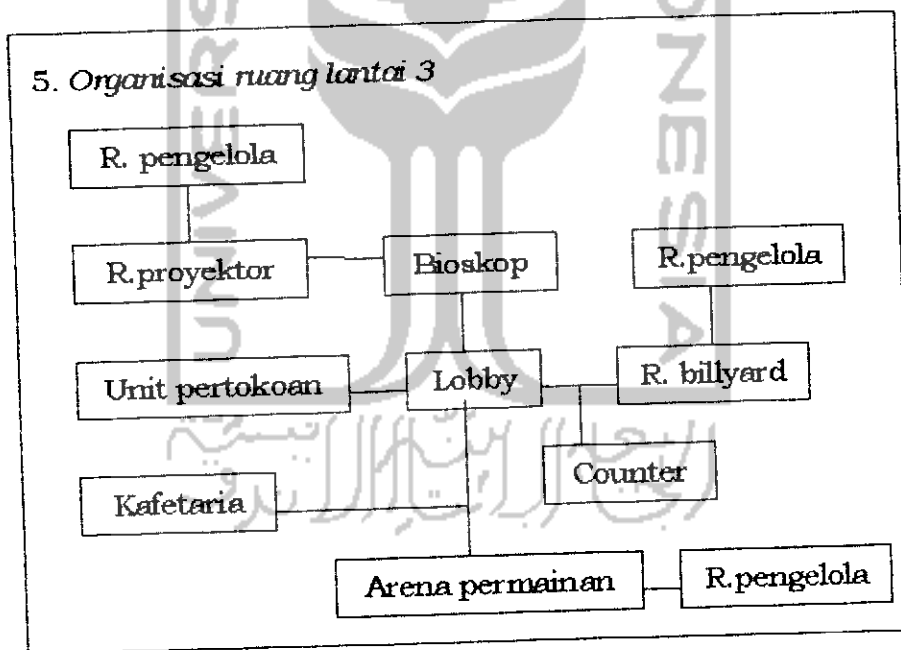
Gambar III.8. Organisasi Ruang Lantai 1  
Sumber : Analisis



Gambar III.9. Organisasi Ruang Lantai 2  
Sumber : Analisis

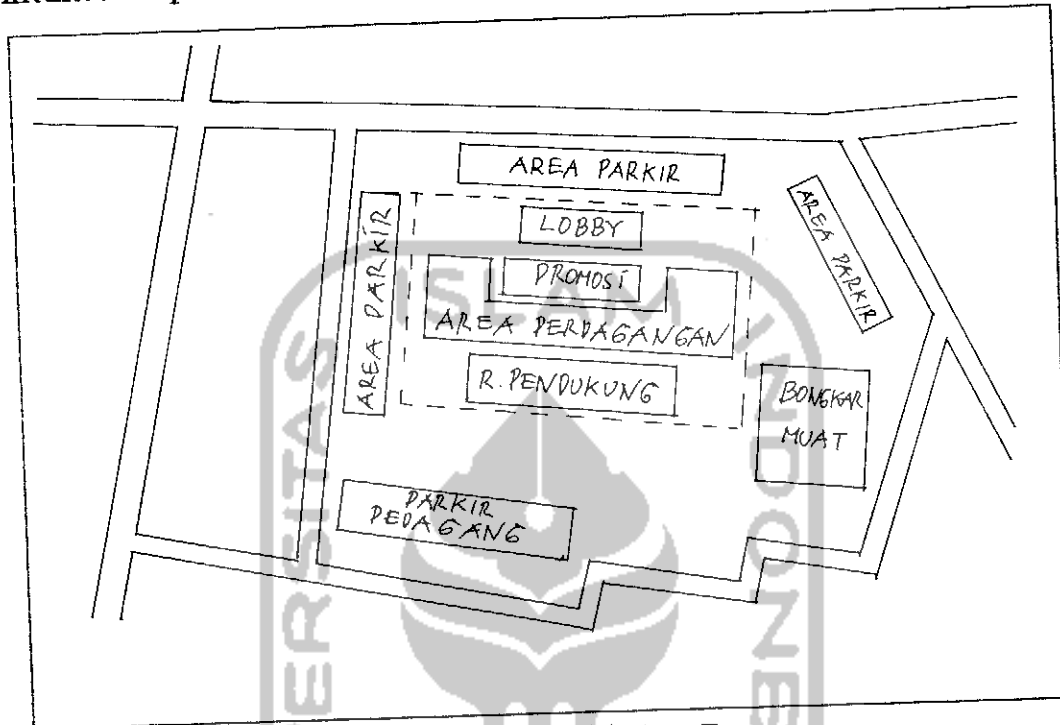


Gambar III.10. Organisasi Ruang Pengelola  
Sumber : Analisis



Gambar III.11. Organisasi Ruang Lantai 3  
Sumber : Analisis

Berdasarkan pada organisasi ruang shopping center di atas maka komposisi masa bangunan adalah masa tunggal.



Gambar III.12. Komposisi Masa Bangunan  
Sumber : Analisis

### 3.6. Warna Ruang

Penggunaan warna ruang pada pusat perbelanjaan tidak sesuai dengan fungsi ruang dan fungsi kegiatan (lihat tabel II.10 BAB II). Dalam menentukan komposisi warna pada suatu bangunan terlebih dahulu harus diketahui fungsi bangunan itu sendiri, fungsi ruang dan kegiatan. Sehingga dengan mengetahui hal tersebut dapat diciptakan suasana yang diharapkan.

Warna dalam arsitektur digunakan untuk menekankan atau memperjelas karakter suatu objek, memberikan aksen pada bentuk dan bahannya.<sup>10</sup> Warna dalam kaitannya dengan suatu desain adalah sebagai salah satu elemen yang dapat mengekspresikan suatu obyek disamping bahan, bentuk, tekstur,

<sup>10</sup>) A.R.G. Isaag, *Approach to Architectural Design*.

dan garis. Warna dapat menimbulkan kesan suatu ruangan dan mempunyai efek psikologi.<sup>11</sup>

Sistem yang umumnya digunakan dalam menyusun warna adalah teori : (Rustam Hakim, 1993)

#### 1. Teori Prang Colour System

Secara psikologi warna dibagi :

- a. Hue : mengenai panas dinginnya warna yang dibagi dalam 5 kelas, yaitu: primary, secondary, intermediate/perantara, tertiary, dan quaternary.
- b. Value : mengenai gelap terangnya warna.
- c. Intensity : mengenai cerah dan redupnya warna.

#### 2. Teori Munsell System

Secara psikologi satu warna ditentukan tiga komponen, yaitu

- a. Hue : menyatakan kualitas warna atau intensitas panjang gelombang.
- b. Value : kesan kemudahan warna.
- c. Chroma : penyimpangan terhadap warna putih atau kejenuhan warna.

Panas dinginnya warna :<sup>12</sup>

1. Merah dan jingga adalah warna-warna yang paling panas dari segala warna.
2. Biru dan ungu adalah warna-warna yang paling dingin.
3. Hijau adalah diantara panas dan dingin.

Pengaruh dari berbagai Hue :<sup>13</sup>

Warna panas memberikan rasa gembira dan menggugah hati, daripada warna dingin yang memberikan rasa kalem dan tenang. Terlalu banyak warna panas akan sangat merangsang dan

<sup>11</sup>) Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal.108

<sup>12</sup>) Depdikbud, *Dasar-Dasar Desain*, 1982.

<sup>13</sup>) Ibid

menjepit, warna dingin akan kelihatan seperti menjauh dan obyek nampak kecil.

Dalam kaitannya dengan warna ruang pada shopping center yang dapat menimbulkan suasana rekreatif maka untuk memperoleh komposisi warna ruang yang diharapkan dapat menggunakan sifat warna sebagai berikut :

SIFAT WARNA	FUNGSI RUANG
➤ HANGAT	• Warna hangat lebih menyenangkan untuk area di mana manusia tidak diburu waktu (misal : area rekreasi)
➤ DINGIN	• Penggunaan warna dingin untuk area di mana dilakukan pekerjaan rutin

Tabel III.4. Penggunaan Sifat Warna Sesuai Dengan Fungsi Ruang  
Sumber : Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap

Berdasarkan sifat warna hangat dan dingin maka untuk mendukung suasana rekreatif, maka warna tersebut dapat diuraikan lagi menurut menurut sifat-sifatnya sebagai berikut :

WARNA	SIFAT
HANGAT :	
➤ Putih	• Terang, cerah
➤ Kuning	• Bebas, ceria
➤ Kuning hijau	• Tenang, menyenangkan
➤ Hijau	• Tenang, ramah, cendekia
➤ Abu-abu (campuran)	• Menenangkan
➤ Merah	• Panas, melelahkan urat saraf
➤ Jingga	• Gembira, bergairah
➤ Jingga kuning	• Lincih, bergairah
DINGIN	
➤ Hitam	• Gelap, mencekam, menakutkan
➤ Biru	• Keras, dingin
➤ Biru ungu	• Sombong, suka mengkhayal
➤ Ungu	• Tinggi, ekstrim
➤ Ungu merah	• Tenang, peka
➤ Biru hitam (campuran)	• Menekan
➤ Coklat hitam (campuran)	• Menolak, menghindar

Tabel III.5. Diagram Sifat Warna Hangat  
Sumber : Pedoman Umum Merancang Bangunan

Dengan berdasarkan pada tabel III.4 maka warna yang digunakan untuk menciptakan suasana rekreatif adalah dengan menggunakan komposisi atau susunan warna yang bersifat



hangat. Karena warna yang bersifat hangat mempunyai karakter lebih menyenangkan untuk area dimana manusia tidak diburu oleh waktu dan biasanya untuk area yang digunakan lebih bersifat rekreasi.<sup>14</sup> Sedangkan untuk ruang yang membutuhkan konsentrasi dalam pekerjaan dengan menggunakan warna yang bersifat dingin. Penggunaan warna dapat dilakukan pada bidang dinding, lantai, dan plafon.

Sehingga warna yang dapat mendukung suasana rekreatif adalah sebagai berikut :

NO	RUANG	SIFAT KEGIATAN	BENTUK KEGIATAN	WARNA RUANG
<b>A. Ruang Penerimaan</b>				
1.	Hall/lobby	Gembira	Pelayanan	Jingga
<b>B. Pedagang Grosir</b>				
2.	Toko	Gembira	Transaksi	Jingga
3.	Tempat sortir barang	Tenang	Kerja	Biru
4.	Tempat pengemasan	Tenang	Kerja	Biru
5.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Biru
<b>C. Pedagang Eceran</b>				
6.	Toko	Gembira	Transaksi	Jingga
7.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Biru
<b>D. Ruang Pelayanan</b>				
8.	Ruang area informasi	Formal	Mencari informasi	Biru
<b>E. Ruang Pengelola</b>				
9.	Ruang tamu	Formal	Bertamu	Jingga
10.	Ruang direksi	Formal	Kerja	Biru
11.	Ruang sekretaris	Formal	Kerja	Biru
12.	Ruang staff	Formal	Kerja	Biru
<b>F. Ruang Permainan</b>				
13.	Ruang duduk	Gembira	Santai, duduk	Jingga
14.	Ruang bermain	Gembira	Bermain	Jingga
15.	Kafetaria	Gembira	Makan	Jingga
16.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Biru
<b>G. Ruang Bilyard</b>				
17.	Lobby	Gembira	Pelayanan	Jingga
18.	Counter	Formal	Pelayanan	Biru
19.	Ruang permainan	Gembira	Bermain	Jingga
20.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Biru
<b>H. Bioskop</b>				
21.	Lobby	Gembira	Santai, menunggu	Jingga
22.	Ruang tiket	Formal	Kerja	Biru
23.	Ruang administrasi	Formal	Kerja	Biru
24.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Biru
25.	Ruang proyektor	Formal	Kerja	Biru

<sup>14</sup>) Rustam Hakim, *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*, hal.109.

26	Kafetaria	Formal	Makan	Jingga
<b>I.</b>	<b>Ruang Pendukung</b>			
27.	MUsholla	Tenang	Sholat	Biru
28.	Ruang rapat	Formal	Rapat	Biru
29.	Lavatory	Tenang		Biru
30.	Gudang	Tenang		Biru
31.	Ruang genset	Tenang		Biru
32.	Ruang M.E.	Tenang		Biru
33.	Ruang A.H.U	Tenang		Biru
34.	Ruang pompa	Tenang		Biru

Tabel III 6. Diagram Warna Pada Shopping Center  
Sumber : Analisis

Sedangkan warna tersebut mempunyai psikologi warna sebagai berikut :

WARNA	PSIKOLOGI WARNA			KESAN
	INTENSITY	HUE	VALUE	
▶ Jingga	Cerah	Hangat	Terang	Rasa senang, gembira
▶ Biru	Gelap	Dingin	Redup	Rasa tenang, sejuk

Tabel III 7. Psikologi Dan Kesan Warna  
Sumber : Analisis

#### Kesimpulan :

Penciptaan suasana rekreatif pada shopping supaya pengguna dapat melakukan keleluasan dalam pergerakan adalah :

1. Bentuk ruang adalah segiempat dengan pengolahan masa melalui komposisi bentuk dengan prinsip hirarki yang dapat mencerminkan kedinamisan dan keanekaragaman sehingga dapat mencegah kebosanan dan suasana monoton.
2. Skala ruang menggunakan skala normal dan skala intim.
3. Sirkulasi ruang dengan bentuk yang tertutup dan terbuka satu sisi.
4. Organisasi ruang menggunakan organisasi cluster.
5. Warna yang mencerminkan suasana rekreatif di mana orang tidak diburu waktu dalam melakukan kegiatan adalah dengan menggunakan warna hangat (jingga), sedangkan warna untuk area yang membutuhkan konsentrasi untuk pekerjaan menggunakan warna dingin (biru).

## BAB IV

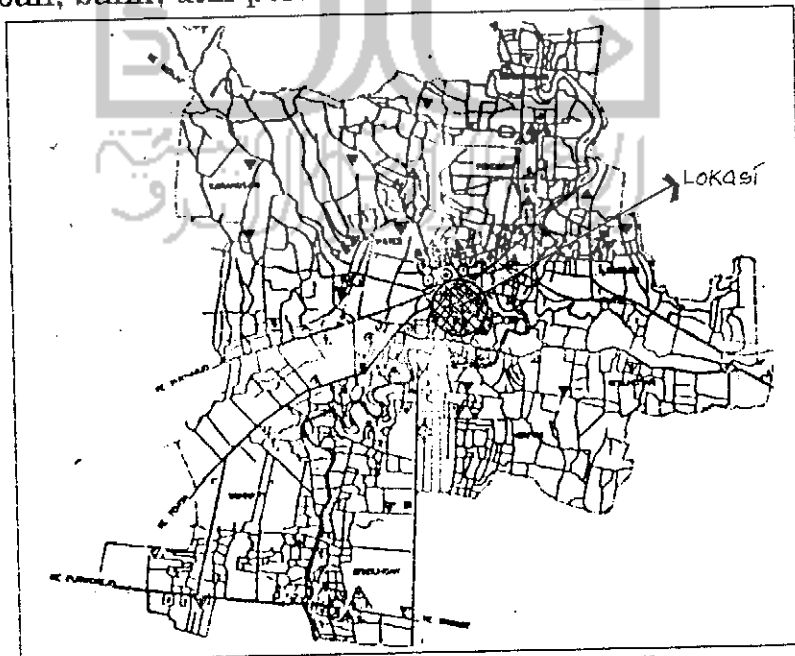
# KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

### 4.1. Konsep Perencanaan

#### 4.1.1. Lokasi

Lokasi shopping center dipilih di kawasan Pasar Wates yang berada di Jalan Katamso (sebelah barat) dan Jalan Diponegoro (sebelah utara). Pemilihan lokasi tersebut dengan beberapa pertimbangan :

1. Sesuai dengan RDTRK kota Wates sebagai fungsi pelayanan perdagangan dan jasa.
2. Aksesibilitas berada pada jalan utama kota yang merupakan pusat kota Wates.
3. Berdekatan dengan pusat kegiatan seperti, pemerintahan, pertokoan, bank, dan permukiman.



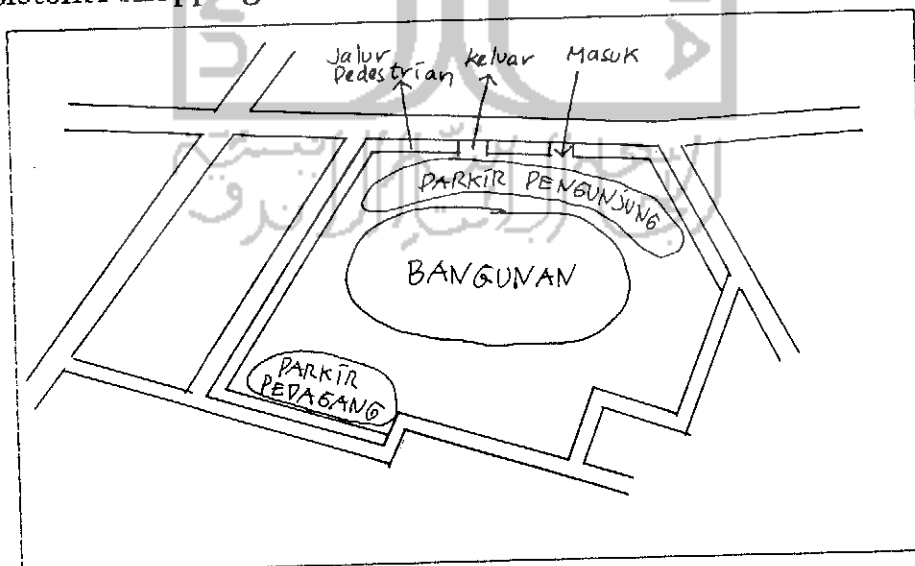
Gambar IV.1. Lokasi Kawasan Pusat Kota Wates  
Sumber : RDTRK Kota Wates 1995-2005

#### 4.1.2. Sirkulasi Di Dalam Site

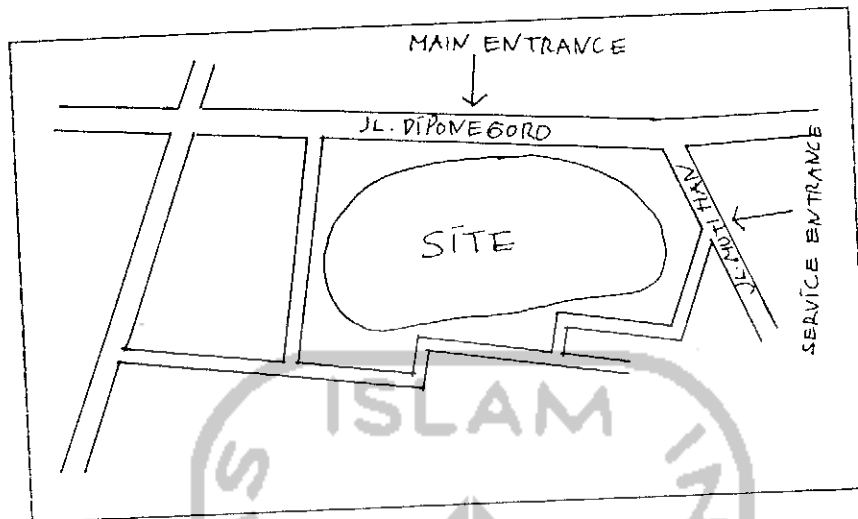
Kegiatan yang ada di dalam site berupa kegiatan perdagangan yang merupakan pasar tradisional dan didominasi oleh pemenuhan kebutuhan pokok yang terdiri dari kios, los, pedagang kaki lima dan pertokoan di sepanjang Jalan Katamso dan Jalan Diponegoro. Waktu kegiatan di dalam site mulai dari pukul 5.00 - 17.00.

Kepadatan kegiatan perdagangan di dalam site terjadi pada pukul 5.00 - 12.00 dan juga berarti terjadi kepadatan arus lalu lintas. Untuk menghindari terjadinya *crossing* dalam pencapaian menuju ke site maka perlu strategi penataan sirkulasi dengan cara:

1. Pemisahan jalur sirkulasi antara kendaraan dan pejalan kaki yang jelas berupa jalur pedestrian.
2. Pemisahan jalur sirkulasi pengunjung dan kendaraan service.
3. Posisi pintu masuk dengan akses yang jelas untuk menunjang eksistensi shopping center.



Gambar IV.2. Sirkulasi Di Dalam Site  
Sumber : Pemikiran



Gambar IV.4. Konsep Pencapaian Ke Bangunan  
Sumber : Pemikiran

## 4.2. Konsep Perancangan

### 4.2.1. Pelaku Kegiatan Pada Shopping Center

Pelaku kegiatan pada shopping center memiliki pelaku yang berbeda berdasarkan pada lebar badan manusia, barang dagangan dan kegiatan yang terjadi. Maka pelaku kegiatan pada shopping center dapat dibedakan :

#### 1. Manusia

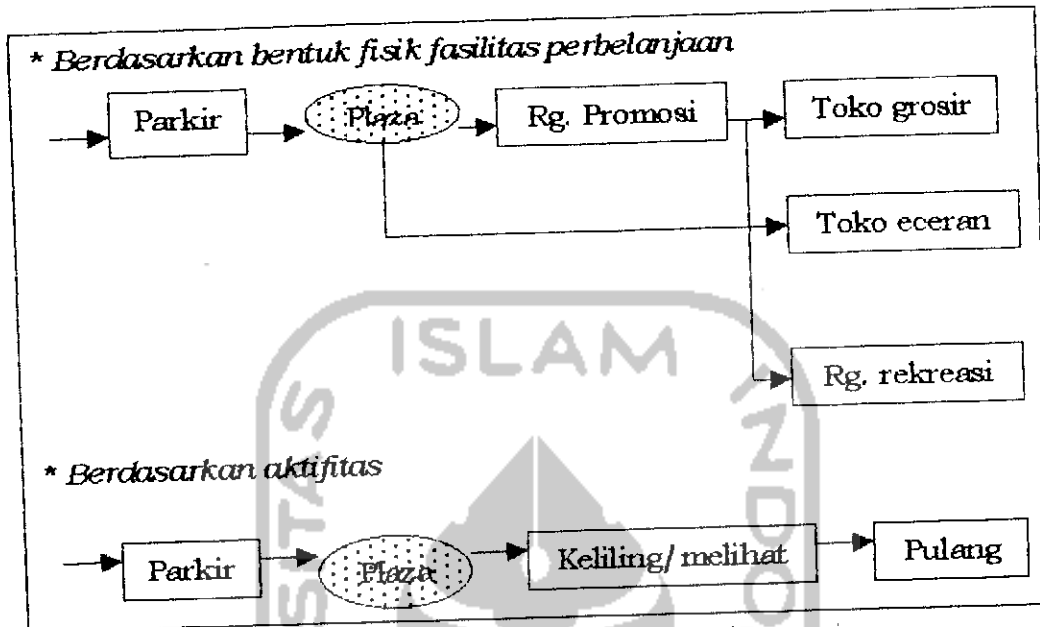
Manusia merupakan pelaku kegiatan utama pada shopping center yang terdiri dari :

##### a. Konsumen/pegunjung

Pelaku kegiatan konsumen/pegunjung yang berbeda-beda di dalam shopping center akan mempengaruhi tata ruang yang akan meningkatkan daya tarik. Berdasarkan cara penyajian dan pelayanannya maka tata ruang di dalam shopping center untuk meningkatkan daya tarik dapat dibedakan menjadi :

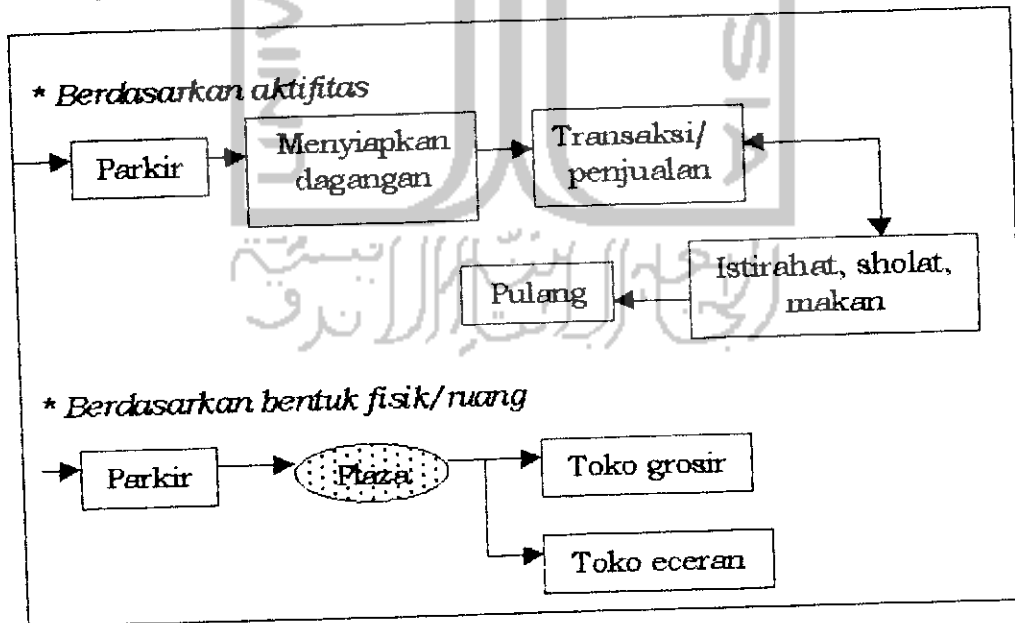
Berdasarkan bentuk fisik yang berupa pertokoan yang terdiri dari toko grosir dan toko eceran dengan sistem pelayanan *personal service*, *self selection*, dan *self service*.

### 1. Konsumen/ pengunjung



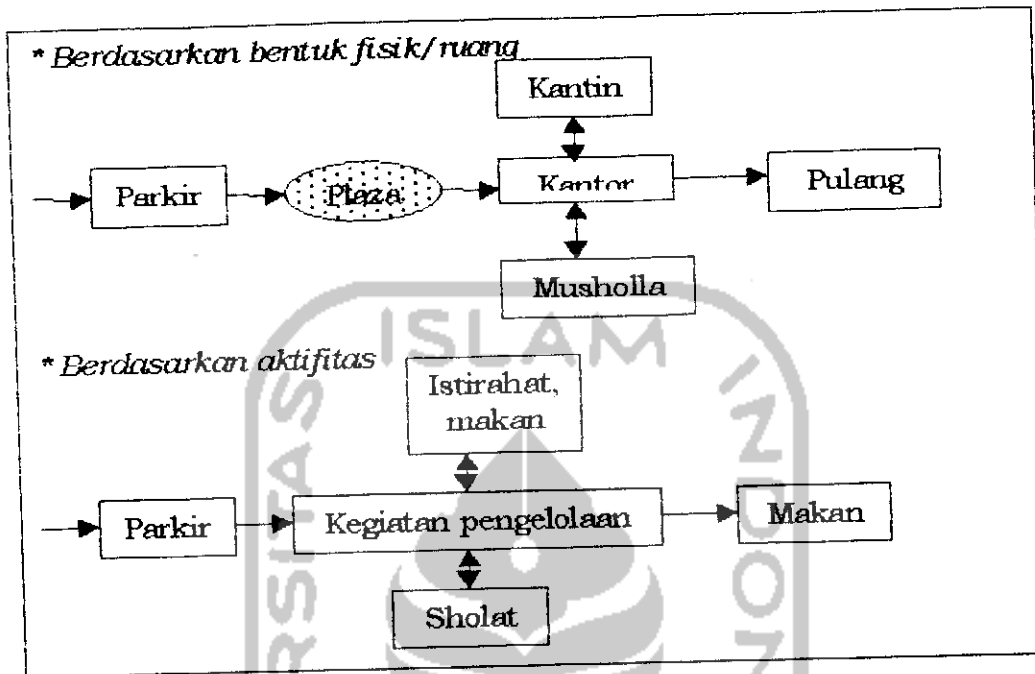
Gambar IV.5. Pola Kegiatan Konsumen/ Pengunjung  
Sumber : Pemikiran

### 2. Pedagang



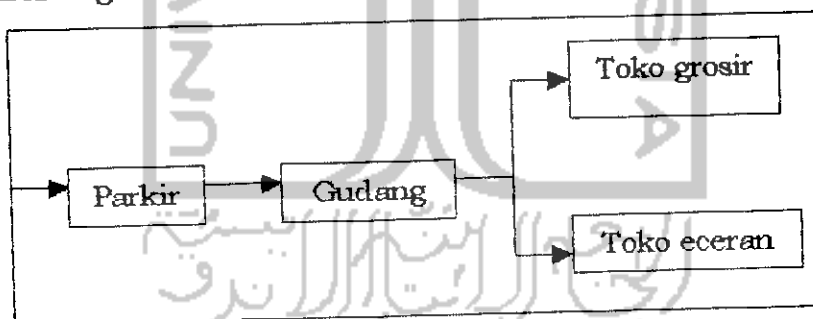
Gambar IV.6. Pola Kegiatan Pedagang  
Sumber : Pemikiran

### 3. Pengelola



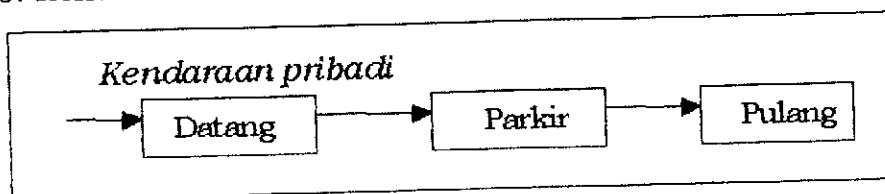
Gambar IV.7. Pola Kegiatan Pengelola  
Sumber : Pemikiran

### 4. Barang

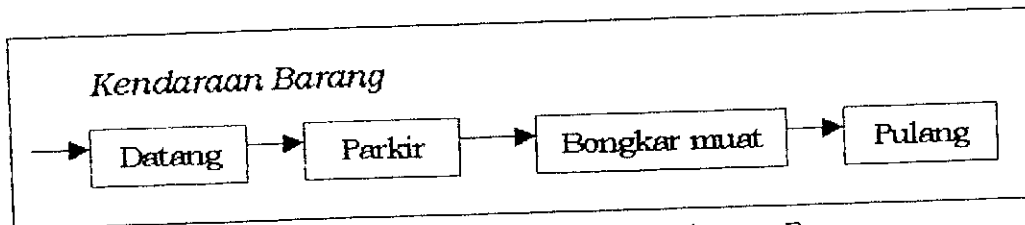


Gambar IV.8. Pola Kegiatan Barang  
Sumber : Pemikiran

### 5. Kendaraan



Gambar IV.9. Pola Kegiatan Kendaraan Pribadi  
Sumber : Pemikiran



Gambar IV.10. Pola Kegiatan Kendaraan Barang  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.3 Program Ruang

Shopping center sebagai pusat kegiatan perbelanjaan merupakan tempat yang mewadahi kegiatan belanja, promosi dan tidak terlepas dari sarana fasilitas rekreasi sebagai upaya meningkatkan daya tarik dan dapat mendukung eksistensi shopping center.

Pelaku dan kegiatan yang berlangsung di dalam shopping center merupakan faktor untuk menentukan kebutuhan ruang yang berdasarkan pada materi barang dagangan dan sistem pelayanan.

PENGELOMPOKAN MATERI DAGANGAN	KELOMPOK KEGIATAN PERBELANJAAN	KEBUTUHAN RUANG
Convenience Goods Impuls Goods Demands Goods	➤ Pedagang grosir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko</li> <li>• Tempat sortir</li> <li>• Tempat pengemasan</li> <li>• Tempat menyimpan dagangan</li> <li>• Ruang pengelola</li> </ul>
	➤ Pedagang eceran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko</li> <li>• Tempat menyimpan dagangan</li> </ul>

Tabel IV.1. Kebutuhan Ruang Shopping Center  
Sumber : Pemikiran

Selain kebutuhan ruang dagang pada shopping center juga memerlukan adanya ruang service bagi pengunjung maupun bagi pedagang dan kebutuhan ruang bagi pengelola.



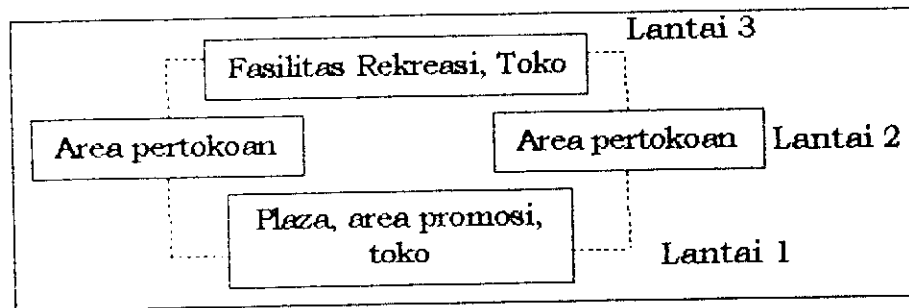
KEGIATAN	KARAKTERISTIK KEGIATAN	KEBUTUHAN RUANG
Pengelola	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pelayanan administratif</li> <li>➤ Pengelolaan shopping center</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruang informasi</li> <li>• Ruang tamu</li> <li>• Ruang staff</li> <li>• Ruang direksi</li> <li>• Ruang sekretaris</li> <li>• Ruang rapat</li> <li>• Ruang service</li> </ul>
Service	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pelayanan umum</li> <li>➤ Pendistribusian barang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gudang</li> <li>• Pos penjaga</li> <li>• Musholla</li> <li>• Utilitas</li> <li>• Ruang service</li> <li>• Tempat parkir bongkar muat barang</li> <li>• Gudang</li> </ul>

Tabel IV.2. Kebutuhan Ruang Kegiatan Pendukung  
Sumber : Pemikiran

Kebutuhan fasilitas rekreasi pada shopping center merupakan fasilitas pendukung untuk sarana rekreasi pengunjung selain melakukan kegiatan perbelanjaan. Kebutuhan ruang tersebut adalah sebagai berikut :

KEGIATAN	KEBUTUHAN RUANG
Rekreasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Permainan anak <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruang mesin</li> <li>• Ruang duduk</li> <li>• Ruang permainan</li> <li>• Kafetaria</li> <li>• Ruang pengelola</li> <li>• Ruang service</li> </ul> </li> <li>➤ Billyard center <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobby</li> <li>• Ruang kontrol</li> <li>• Ruang meja billyard</li> <li>• Ruang pengelola</li> <li>• Ruang service</li> </ul> </li> <li>➤ Bioskop <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gudang</li> <li>• Lobby</li> <li>• Ruang tiket</li> <li>• Ruang administrasi</li> <li>• Ruang pengelola</li> <li>• Ruang proyektor</li> <li>• Kafetaria</li> </ul> </li> </ul>
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ruang promosi barang <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruang service</li> <li>• Gudang</li> </ul> </li> </ul>

Tabel IV.3. Kebutuhan Fasilitas Rekreasi Pada Shopping Center  
Sumber : Pemikiran



Gambar IV.12. Pengelompokan Ruang Secara Horisontal maupun Vertikal  
Sumber: Pemikiran

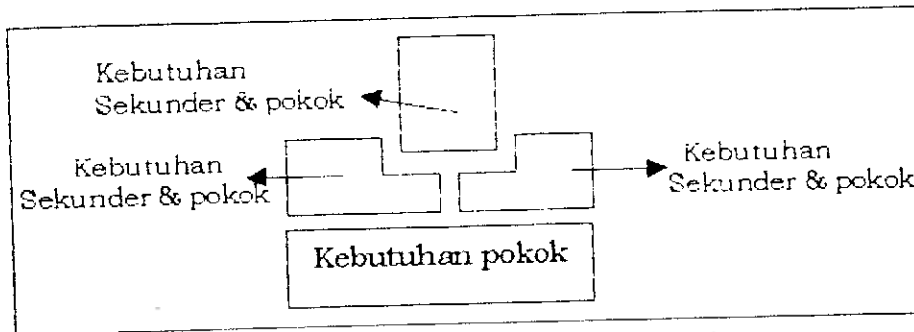
#### 4.2.5. Materi Yang Diperdagangkan Pada Shopping Center

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakai maka jenis materi perdagangan di dalam shopping center dapat dikelompokkan menjadi *demand goods* (kebutuhan pokok), *convinience goods* (kebutuhan sekunder), dan *impuls goods* (kebutuhan tertier).

Dengan pertimbangan dari jumlah barang dagangan yang dari waktu ke waktu semakin bertambah maka kebutuhan akan ruang dagang dan tempat barang dagangan semakin besar. Berdasarkan dari kebutuhan wadah dan sifat barang dagangan maka jenis materi dagangan dapat dikelompokkan menjadi : jenis materi dagangan yang dapat dikemas secara khusus sehingga memerlukan wadah tersendiri dan mempengaruhi besaran ruang dagang.

Dari tuntutan kebutuhan wadah jenis materi dagangan pada shopping center maka pengelompokannya secara vertikal adalah :

1. Kebutuhan pokok yang terdiri kelompok pertokoan diletakkan pada lantai dasar dan lantai atas.
2. Untuk dapat menarik perhatian pengunjung maka kelompok kebutuhan sekunder diletakkan pada lantai atasnya yang terdiri dari stand-stand toko dan fasilitas rekreasi.

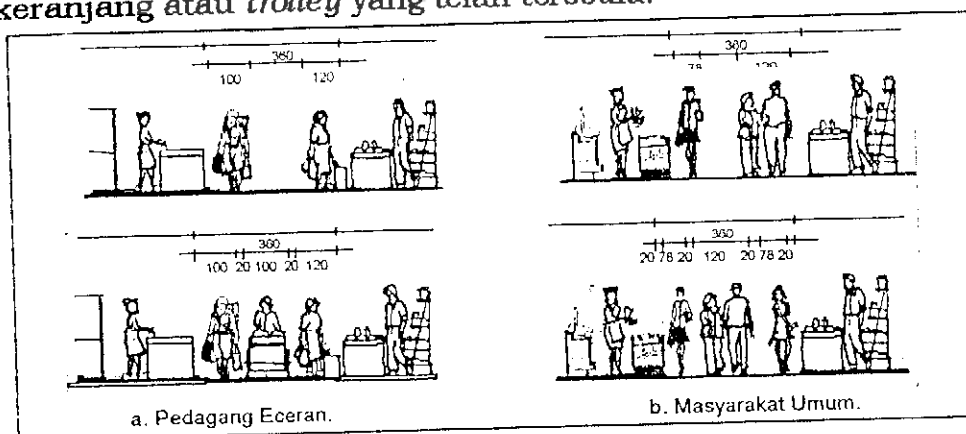


Gambar IV.13. Pengelompokan Jenis Materi Dagangan Secara Vertikal  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.6. Sistem Pelayanan Pada Shopping Center

Sistem pelayanan kepada konsumen dapat dilakukan sesuai dengan jenis barang dagangannya. Dari cara penyajian barang dagangan maka sistem pelayanan dapat dilakukan dengan :

1. Sistem *personal service* : konsumen dilayani oleh pramuniaga dari balik counter untuk barang *impuls goods* (perhiasan, asesoris dan sebagainya).
2. Sistem *self selection* : konsumen memilih barang yang diperlukan, berupa barang *impuls goods* (elektronik, pakaian, dan sebagainya) kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberi nota pembayaran.
3. Sistem *self service*: konsumen memilih barang sendiri berupa barang *demand goods*, *convinience goods* dengan membawa keranjang atau *trolley* yang telah tersedia.



Gambar IV.14. Sistem Pelayanan Pada Shopping Center  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.7. Besaran Ruang

Penentuan besaran ruang pada shopping center berdasarkan pada pelaku, jenis kegiatan yang diwadahi dan materi yang diperdagangkan. Besaran ruang ini diasumsikan secara makro adalah :

KELOMPOK	KEBUTUHAN RUANG	BESARAN RUANG (m <sup>2</sup> )	JUMLAH UNIT	JUMLAH (m <sup>2</sup> )
1. Fasilitas Perbelanjaan	a. Toko grosir	144	45	6.480
	b. Toko eceran	72	80	5.760
2. Fasilitas Rekreasi	a. Bilyard center	223,5	-	223,5
	b. R. permainan	265	-	265
	c. Kafetaria	217,5	-	217,5
	d. Bioskop	439	-	439
3. Pengelola dan Service	a. R. pengelola	175	-	175
	b. Pelayanan umum	62	-	62
	c. Utilitas	143	-	143
	d. Plaza/lobby	250	-	250
	e. Parkir pengunjung	1.840	-	1.840
	f. Parkir bongkar muat	240	-	240
LUAS TOTAL				15.085

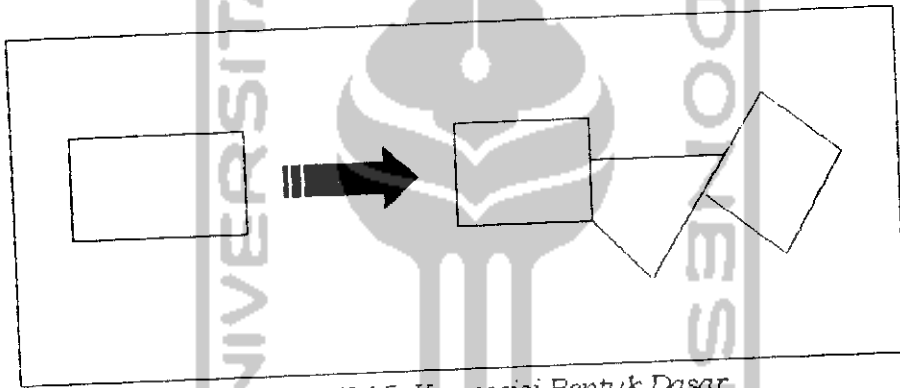
Tabel IV.4. Kebutuhan Besaran Ruang  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.8. Bentuk

Bentuk dapat diciptakan melalui suatu komposisi bentuk dasar (segitiga, segiempat, lingkaran) atau suatu bentuk komposit dengan penggabungan, penambahan ataupun pengurangan dari bentuk dasar. Maka bentuk yang digunakan untuk mendasari ruang shopping center yang mempunyai bentuk tata ruang supaya pengguna dapat leluasa dalam melakukan pergerakan adalah bentuk segiempat, karena bentuk tersebut :

1. Adalah bentuk yang fleksibel ke arah horisontal maupun vertikal.
2. Merupakan bentuk yang efisien dalam pengembangan modul struktur.
3. Efisien dalam penataan ruang.

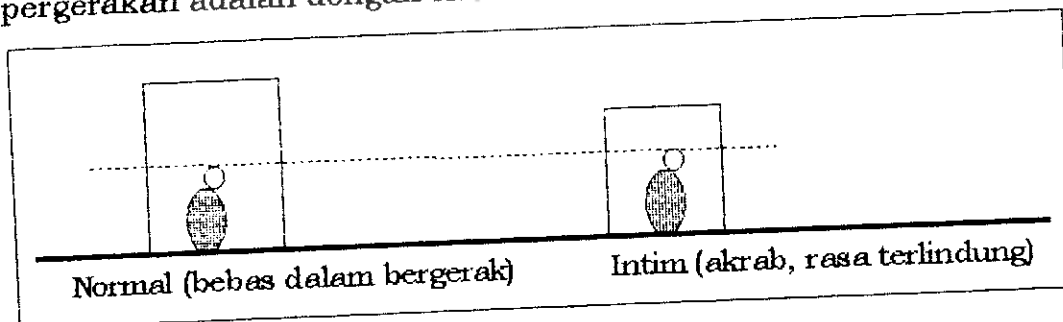
Sedangkan untuk menciptakan suasana rekreatif adalah dengan bentuk dasar segiempat dalam pengolahan masa bangunan dengan cara mengkomposisikannya melalui perbedaan-perbedaan bentuk baik dari ukuran maupun susunannya. Karena dengan komposisi bentuk akan menimbulkan bentuk yang dinamis, keanekaragaman yang dapat mencegah timbulnya kebosanan dan suasana monoton. Sedangkan prinsip penyusunan komposisi untuk dapat menciptakan suasana rekreatif adalah dengan prinsip hirarki, karena prinsip tersebut mempunyai karakter bentuk yang berbeda ukuran, dan penempatannya.



Gambar IV.15. Komposisi Bentuk Dasar  
Sumber : Analisis

#### 4.2.9. Skala Ruang

Skala ruang yang dapat mencerminkan suasana rekreatif sehingga pengunjung dapat melakukan keleluasan dalam pergerakan adalah dengan skala normal dan intim.



Gambar IV.16. Pengaruh Skala Terhadap Suasana Rekreatif  
Sumber : Analisis

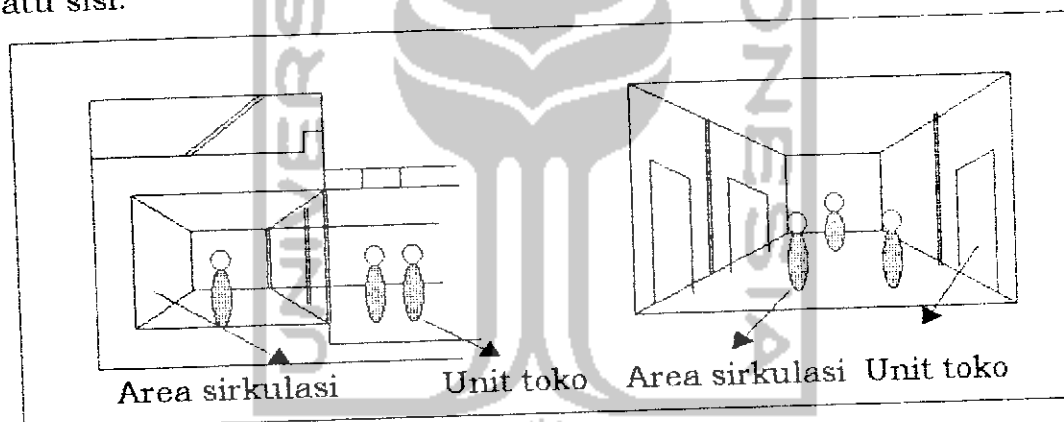
Sehingga diagram skala ruang yang mencerminkan suasana rekreatif sehingga leluasa dalam melakukan pergerakan dan membentuk suasana akrab, terlindung dari gangguan adalah :

NO	RUANG	SIFAT KEGIATAN	BENTUK KEGIATAN	SKALA RUANG	D/H
<b>A. Ruang Penerimaan</b>					
1.	Hall/lobby	Gembira	Pelayanan	Normal	5/5
<b>B. Pedagang Grosir</b>					
2.	Toko	Gembira	Transaksi	Normal	4,75/4,75
3.	Tempat sortir barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
4.	Tempat pengemasan	Tenang	Kerja	Normal	4/4
5.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
<b>C. Pedagang Eceran</b>					
6.	Toko	Gembira	Transaksi	Normal	4,75/4,75
7.	Tempat simpan barang	Tenang	Kerja	Normal	4/4
<b>D. Ruang Pelayanan</b>					
8.	Ruang area informasi	Formal	Mencari informasi	Intim	3,4/3,5
<b>E. Ruang Pengelola</b>					
9.	Ruang tamu	Formal	Bertamu	Normal	4/4
10.	Ruang direksi	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
11.	Ruang sekretaris	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
12.	Ruang staff	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>F. Ruang Permainan Anak</b>					
13.	Ruang duduk	Gembira	Santai, duduk	Normal	4,5/4,5
14.	Ruang bermain	Gembira	Bermain	Normal	4,5/4,5
15.	Kafetaria	Gembira	Makan	Normal	4/4
16.	Pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>G. Ruang Billiard</b>					
17.	Lobby	Gembira	Pelayanan	Normal	5/5
18.	Counter	Formal	Pelayanan	Intim	3,4/3,5
19.	Ruang permainan	Gembira	Bermain	Normal	4,75/4,75
20.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
<b>H. Bioskop</b>					
21.	Lobby	Gembira	Santai, menunggu	Normal	5/5
22.	Ruang tiket	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
23.	Ruang administrasi	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
24.	Ruang pengelola	Formal	Kerja	Intim	3,4/3,5
25.	Ruang proyektor	Formal	Kerja	Normal	4,75/4,75
26.	Kafetaria	Gembira	Makan	Normal	4/4
<b>I Ruang Pendukung</b>					
27.	Musholla	Tenang	Sholat	Normal	4/4
28.	Ruang rapat	Formal	Rapat	Normal	4,5/4,5
29.	Lavatory	Tenang		Normal	4/4
30.	Gudang	Tenang		Normal	3,75/3,75
31.	Ruang genset	Tenang		Normal	4,5/4,5
32.	Ruang M.E.	Tenang		Normal	4,5/4,5
33.	Ruang A.H.U.	Tenang		Normal	4/4
34.	Ruang pompa	Tenang		Normal	4/4

Tabel IV.5. Diagram Skala Ruang Shopping Center  
Sumber : Analisis

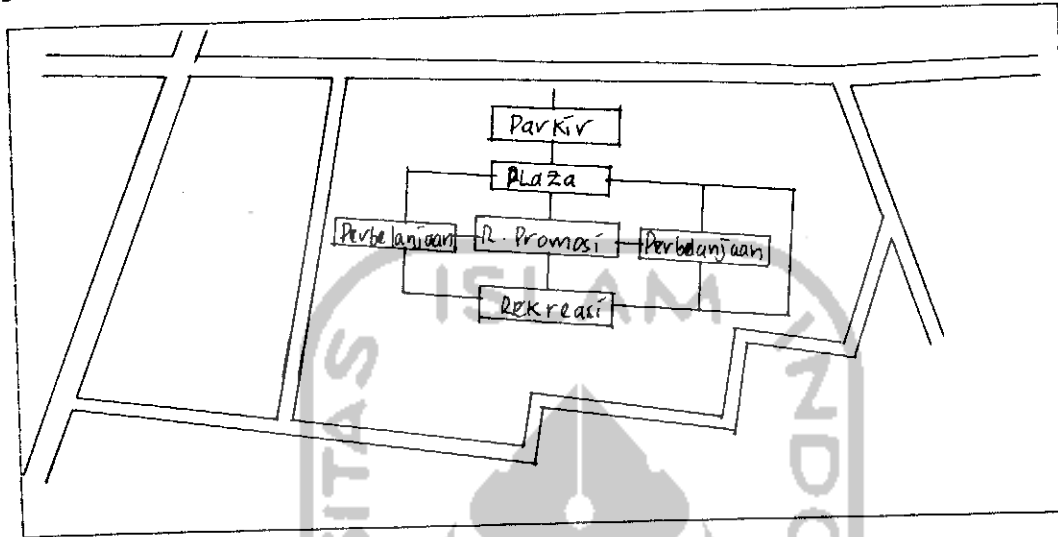
#### 4.2.10. Sirkulasi Ruang

Dasar pertimbangan untuk menciptakan sirkulasi yang rekreatif pada shopping center adalah untuk menghilangkan rasa bosan dan jenuh dalam melakukan kegiatan yang panjang. Sehingga perlu menciptakan variasi suasana seperti perubahan ketinggian lantai, perubahan bentuk ruang yang dihubungkan, perubahan bentuk ruang sirkulasi. Bentuk ruang sirkulasi harus dapat menampung gerak manusia pada waktu berkeliling, berhenti sejenak, atau menikmati pemandangan. Sehingga bentuk ruang sirkulasi supaya pengguna dapat leluasa dalam melakukan pergerakan adalah bentuk ruang sirkulasi tertutup dan terbuka satu sisi.



Gambar IV.17. Bentuk Ruang Sirkulasi Pada Shopping Center  
Sumber : Analisis

Berdasarkan bentuk ruang sirkulasi maka pola sirkulasi yang terjadi adalah sebagai berikut :



Gambar IV.18. Pola Sirkulasi  
Sumber : Analisis

#### 4.2.11. Organisasi Ruang

Yang menjadi pertimbangan dalam menentukan organisasi ruang adalah :

1. Berdasarkan fungsi yang akan diwadahi, yaitu sebagai fasilitas perbelanjaan.
2. Kemudahan pencapaian ke semua ruang.
3. Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan memberikan ruang sirkulasi yang cukup dalam kegiatan perbelanjaan.

Dalam kaitannya dengan suasana rekreatif pada shopping center dengan karakter pengunjung yang leluasa dalam melakukan pergerakan, membentuk ruang-ruang yang dinamis adalah organisasi :

1. Mempunyai karakter ketidakteraturan bentuk yang mencerminkan bentuk yang dinamis dan tidak monoton.
2. Memiliki orientasi ke segala arah.
3. Dapat menerima bentuk yang beda ukuran, bentuk, dan fungsi.



<i>I.</i>	<i>Ruang Pendukung</i>			
27.	Musholla	Tenang	Sholat	Biru
28.	Ruang rapat	Formal	Rapat	Biru
29.	Lavatory	Tenang		Biru
30.	Gudang	Tenang		Biru
31.	Ruang genset	Tenang		Biru
32.	Ruang M.E.	Tenang		Biru
33.	Ruang A.Hu	Tenang		Biru
34.	Ruang pompa	Tenang		Biru

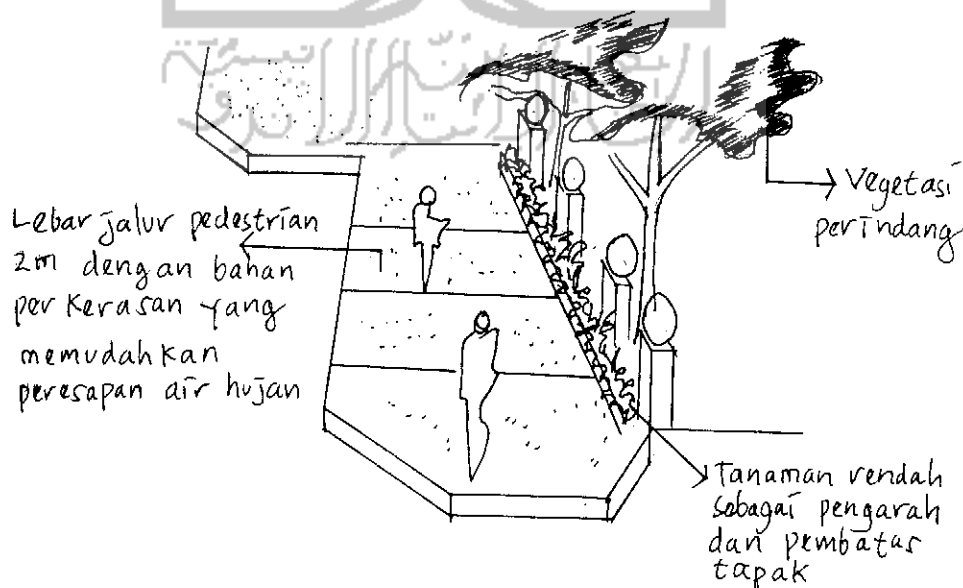
Tabel IV.6. Diagram Warna Pada Shopping Center

Sumber : Analisis

#### 4.2.13. Jalur Pedestrian

Dasar dari penciptaan pedestrian pada ruang luar adalah :

1. Jalur pedestrian memungkinkan pejalan kaki bergerak dengan aman, bebas dan leluasa tanpa adanya rintangan.
2. Jalur pedestrian mempunyai akses yang mudah dan cepat dan tidak menimbulkan kemacetan.
3. Penciptaan elemen-elemen pendukung jalur pedestrian seperti tumbuh-tumbuhan sebagai :
  - a. Pereduksi kebisingan dan debu dari luar tapak.
  - b. Peneduh dan estetika
  - c. Sebagai pembatas tapak



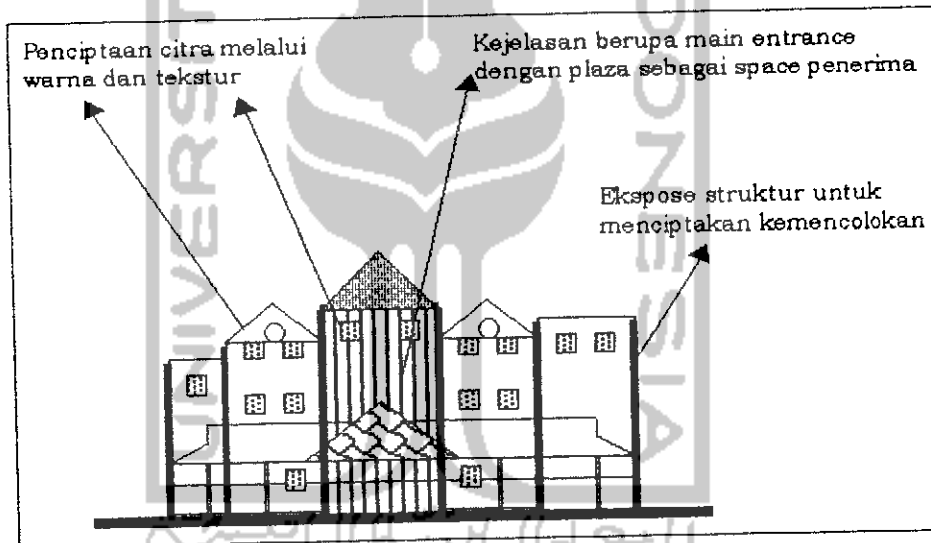
Gambar IV.21. Konsep Jalur Pedestrian

Sumber : Pemikiran

#### 4.2.14. Konsep Dasar Penampilan Bangunan

Penampilan bangunan sebagai fasilitas perbelanjaan tidak dapat terlepas dari komunikasi bentuk yang menjadi daya tarik bagi konsumen/pengunjung, sehingga perlu penciptaan bentuk-bentuk yang bervariasi dengan permainan bidang-bidang fasad bangunan, melalui :

1. Kejelasan (*clarity*) : memberikan kejelasan untuk menarik perhatian pengunjung.
2. Kemencolokan (*boldness*) : menciptakan citra melalui bentuk, warna, dan tekstur.



Gambar IV.22. Konsep Penampilan Bangunan  
Sumber : Pemikiran

## 2. Pencahayaan buatan

Pencahayaan buatan digunakan pada malam hari dan digunakan pula untuk penerangan ruang fasilitas perbelanjaan pada tempat penyajian dagangan. Pencahayaan buatan juga digunakan pada fasilitas rekreasi seperti tempat bermain anak yang menggunakan penerangan bergerak untuk menarik pengunjung, bioskop, billyard center, di sepanjang koridor, dinding dan tangga.

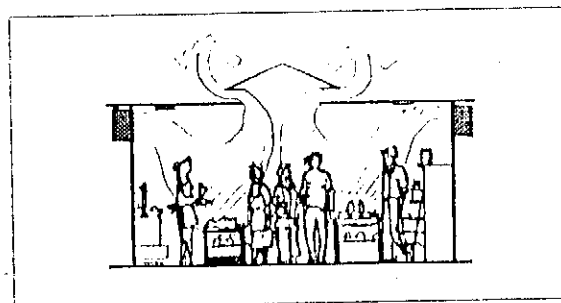


Gambar IV.26. Pencahayaan Buatan Pada Bangunan  
Sumber : Data Arsitek Jilid I

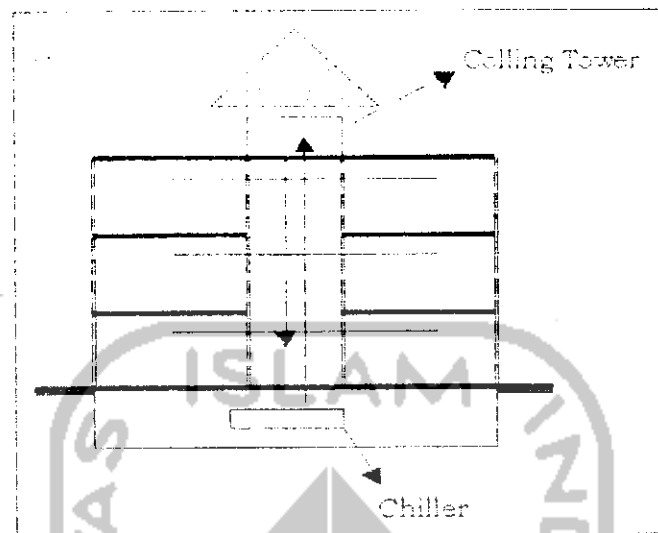
### 4.2.17.2. Penghawaan

Sistem penghawaan pada bangunan dibuat dengan pertimbangan untuk kenyamanan pengguna. Dari pertimbangan tersebut digunakan sistem penghawaan :

1. Kelompok pertokoan yang terdiri dari toko grosir dan toko eceran menggunakan penghawaan alami dengan bukaan dan ventilasi.
2. Kelompok pengelola dan kegiatan rekreasi menggunakan penghawaan buatan dengan sistem sentral.



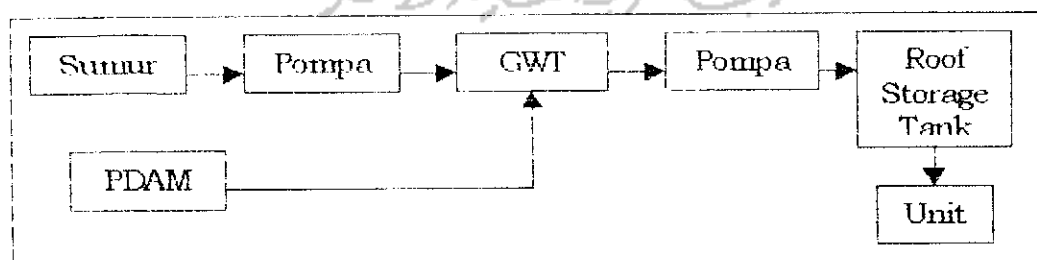
Gambar IV.27. Penghawaan Buatan Pada Unit Toko  
Sumber : Pemikiran

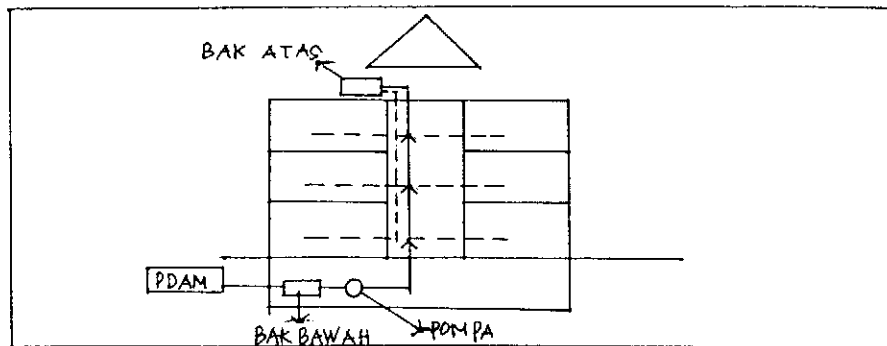


Gambar IV.28. Sistem Jaringan AC  
Sumber: Pemikiran

#### 4.2.17.3. Jaringan Air Bersih

Air bersih digunakan untuk air minum, lavatori, penyiraman dan pemadam kebakaran. Jaringan air bersih ini bersumber dari sumur dalam dan PDAM. Air didistribusikan dengan menggunakan *down feed system* dengan pertimbangan lebih hemat energi listrik, karena energi listrik hanya digunakan untuk menaikkan air dari *ground water tank* ke *roof storage tank*. Selanjutnya air didistribusikan dari *roof storage tank* dengan menggunakan gaya gravitasi.

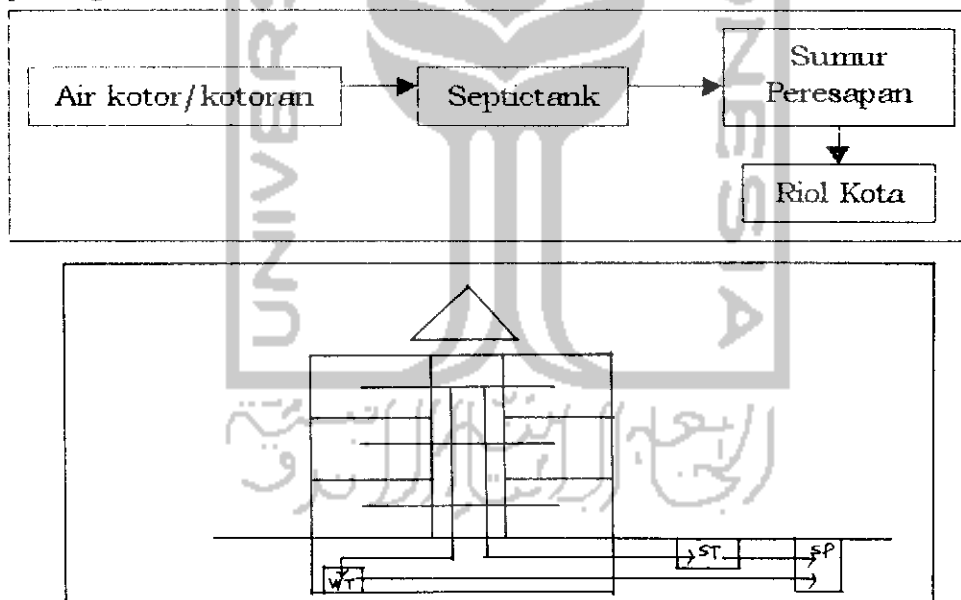




Gambar IV.29. Skema Jaringan Air Bersih  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.17.4. Jaringan Air Kotor

Jaringan air kotor/kotoran dialirkan ke sumur peresapan kemudian ke riol kota setelah adanya proses *treatment*. Sedangkan air kotor ditampung dalam sumur peresapan kemudian diteruskan ke jaringan drainase kota.

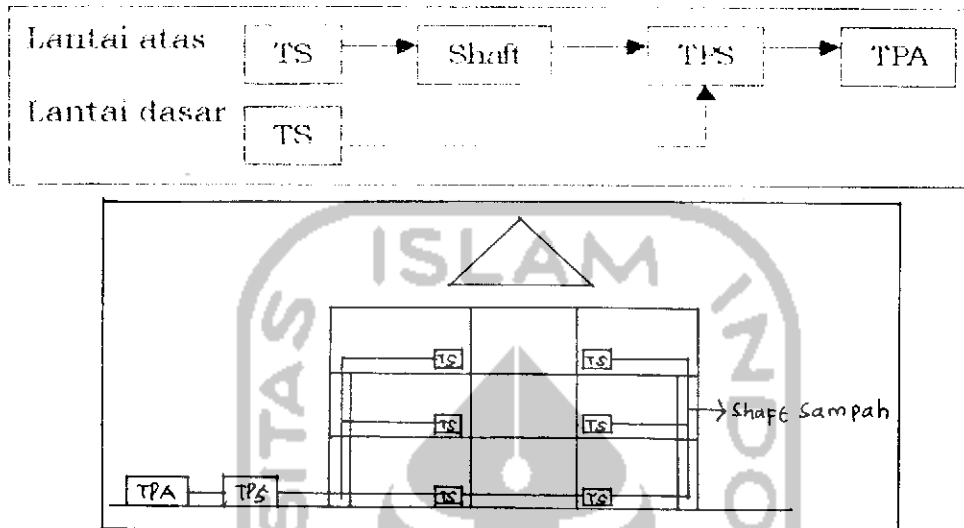


Gambar IV.30. Skema Jaringan Air Kotor  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.17.5. Sistem Pembuangan Sampah

Sistem pembuangan sampah dengan menyediakan tempat sampah pada setiap lantai kemudian dikumpulkan ke TPS. Sampah pada lantai dasar diangkut secara langsung dengan gerobak sampah ke TPS. Sedangkan sampah pada lantai di

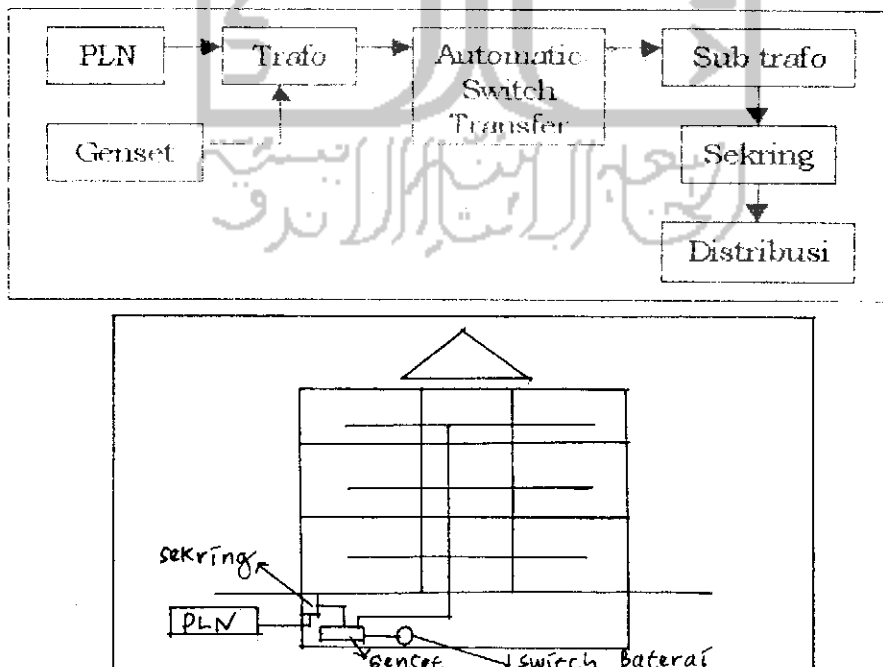
atasnya dikumpulkan dalam kantong plastik kemudian dimasukkan dalam shaft sampah dan diangkut secara langsung ke TPS. Dari TPS kemudian diangkut oleh truk sampah ke TPA.



Gambar IV.31. Skema Sistem Pembuangan Sampah  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.17.6. Jaringan Listrik

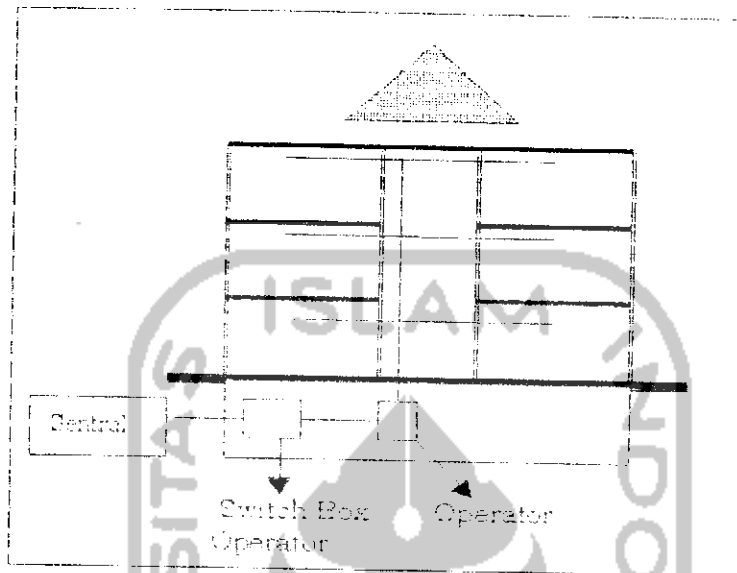
Menggunakan jaringan dari PLN (kondisi normal) dan genset (pada kondisi darurat)



Gambar. IV.32. Skema Jaringan Listrik  
Sumber : Pemikiran

#### 4.2.17.7. Sistem Komunikasi

Jaringan telepon dengan menggunakan sistem langsung



Gambar IV.33. Sistem Jaringan Telepon  
Sumber : Pemikiran

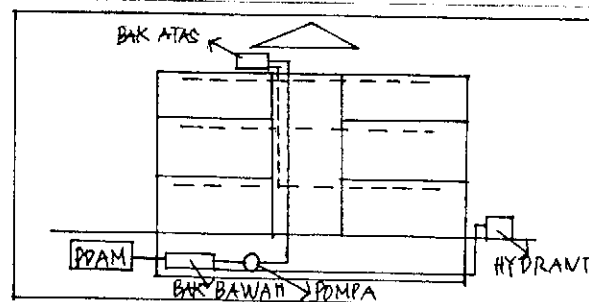
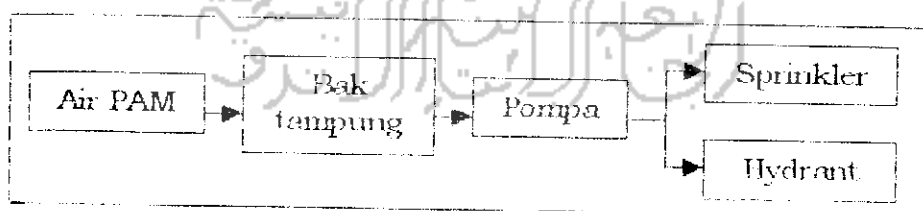
#### 4.2.17.8. Sistem Pemadam Kebakaran

##### 1. Sistem sprinkler

Sistem ini direncanakan dipasang pada setiap fasilitas pada shopping center.

##### 2. Sistem hydrant

Sistem ini direncanakan dipasang di luar bangunan.



Gambar IV.34. Skema Sistem Pemadam Kebakaran  
Sumber : Pemikiran

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latif. *Shopping Center Di Temanggung*, 1998. T.A. U.I.I, Yogyakarta
- A.R.G. Isaag, *Approach to Architectural Design*, London Iliffe Books
- Bappeda Dati II Kulon Progo. *Rencana Detail Tata Ruang Kota Wates 1995-2005*
- Depdikbud. *Dasar-Dasar Desain*, 1982
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Balai Pustaka, 1994, Jakarta
- Edward. T. White. *Concept Sourcebook*, 1990, a vocabulary of architectural forms
- Ernst, Neufert. *Data Arsitek Jilid I*, 1991, Erlangga, Jakarta
- Fauzan Ali Ikhsan. *Pusat Perbelanjaan Dan Rekreasi Tanjung Emas*, 1997, T.A, U.G.M, Yogyakarta
- Francis D.K. Ching. *Arsitektur Bentuk Ruang Dan Susunannya*, 1985. Erlangga, Jakarta
- Frics Northen. *Shopping Centers, A Developer's Guide to Planning*, 1977
- Fritz Wikening. *Tata Ruang*. 1987. Kanisius. Yogyakarta
- H.K. Ishar. *Pedoman Umum Merancang Bangunan*, 1992, Gramedia, Jakarta
- Joseph de Chiara. *Time Saver Standart for Building Types*. 1983. Mc. Graw Hill, Inc, United States of America
- Lilik Mohammad Kholis. *Pusat Perbelanjaan Pasar Palasari Bandung*. 1997, T.A, U.G.M, Yogyakarta
- Mc. Keever J.R, Griffin N.M. *Shopping Center Development Handbook*, 1977, U.L.I-The Urban Land Institute
- Morkhis Ketchum. *Shop and Stores*, 1957, Progressive Architecture Library, Van Nostrand Reinhold Company, Inc



## KEBUTUHAN BESARAN RUANG SHOPPING CENTER

Diasumsikan besaran ruang setiap kegiatan adalah :

### a. Besaran ruang pada fasilitas perbelanjaan

#### ➤ Toko grosir

- Tempat sortir barang = 6 m<sup>2</sup>
- Tempat pengemasan = 6 m<sup>2</sup>
- Tempat penyimpanan barang = 36 m<sup>2</sup>
- Tempat penyajian (toko) = 72 m<sup>2</sup>
- Sirkulasi 20 % = 24 m<sup>2</sup>
- Jumlah = 144 m<sup>2</sup>

Diasumsikan ruang penjualan berjumlah 45 unit.

$$\text{Luas } 45 \text{ unit} \times 144 \text{ m}^2 = 6.480 \text{ m}^2$$

#### ➤ Toko eceran

- Tempat penyajian (toko) = 50 m<sup>2</sup>
- Tempat penyimpanan barang = 10 m<sup>2</sup>
- Sirkulasi 20 % = 12 m<sup>2</sup>
- Jumlah = 72 m<sup>2</sup>

Diasumsikan ruang penjualan berjumlah 80 unit

$$\text{Luas } 80 \text{ unit} \times 72 \text{ m}^2 = 5.760 \text{ m}^2$$

### b. Besaran ruang fasilitas rekreasi

#### ➤ Billyard center

- Ruang bermain untuk 15 meja (@ 10 m<sup>2</sup>) = 150 m<sup>2</sup>
- Ruang pengelola, administrasi, service = 20 m<sup>2</sup>
- Counter = 6 m<sup>2</sup>
- Kafetaria = 10 m<sup>2</sup>
- Lobby 25 % x 150 m<sup>2</sup> = 37,5 m<sup>2</sup>
- Jumlah = 223,5 m<sup>2</sup>

#### ➤ Ruang permainan anak

- Mesin 40 buah (@ 2 m<sup>2</sup>) = 80 m<sup>2</sup>

- Ruang A.H.U = 20 m<sup>2</sup>
- Ruang genset = 42 m<sup>2</sup>
- Ruang pompa = 18 m<sup>2</sup>
- Ruang storage tank = 18 m<sup>2</sup>
- Ruang penampungan sampah sementara = 15 m<sup>2</sup>
- Jumlah = 143 m<sup>2</sup>

➤ Parkir pengunjung (asumsi 100 roda empat, 200 roda dua)

$$(100 \times 2,4 \times 6) \text{ m}^2 + (200 \times 2 \times 1) \text{ m}^2 = 1.840 \text{ m}^2$$

➤ Parkir untuk pengangkutan barang

- Parkir kendaraan pengangkut (asumsi 5 truk)

$$5 \times 24 \text{ m}^2 = 120 \text{ m}^2$$

- Ruang bongkar muat (asumsi 5 truk)

$$5 \times 24 \text{ m}^2 = 120 \text{ m}^2$$

Jadi luas total bangunan adalah : **15.085 m<sup>2</sup>**

## PERHITUNGAN SKALA RUANG

### A. SKALA NORMAL

$$D/H = 1 \quad D/H = 1$$

D (lebar) : H (tinggi)

L = panjang x lebar

$$= p \times D$$

$$p = L/D$$

Kesimpulan :

$H = D$ $p = L/D$
-------------------

### B. SKALA INTIM

$$D/H < 1 \quad D < H$$

D (lebar) : H (tinggi)

L = panjang x lebar

$$= p \times D$$

$$D = L/p$$

$$= L/p$$

Kesimpulan :

$p = L/H$ $l = L/P$
---------------------

**Contoh Perhitungan :**

#### A. SKALA NORMAL

1. Lobby dengan luas = 250 m<sup>2</sup>

Maka perbandingan D/H adalah :

$$D/H = 1 \quad D = H$$

$$H = 5$$

$$L = p \times l$$

$$= p \times D$$

$$250 = p \times 5$$

$$p = 250/5$$

$$p = 5$$

Jadi perbandingan D/H adalah : 5/5

2. Toko dengan luas = 72 m<sup>2</sup>

$$D/H = 1 \quad D = H$$

$$H = 4,75$$

$$L = p \times l$$

$$= p \times D$$

$$72 = p \times 4,75$$

$$= 15,2$$

Jadi perbandingan D/H adalah : 4,75/ 4,75

3. Ruang tamu dengan luas = 31,25 m<sup>2</sup>

Maka perbandingan D/H adalah :

$$D/H = 1$$

$$D = H$$

$$H = 4$$

$$L = p \times l$$

$$= p \times D$$

$$31,25 = p \times 4$$

$$p = 31,25/4$$

$$= 7,81$$

Jadi perbandingan D/H adalah : 4/4

#### B. SKALA INTIM

Ruang direksi/pimpinan dengan luas = 12,50 m<sup>2</sup>

$$D/H < 1$$

$$D < H$$

$$H = 3,5$$

$$12,50/p < 3,5$$

$$l = p \times 1$$

$$H = 3,5$$

$$12,50 < 3,5 \times p$$

$$12,50 = 3,6 \times 1$$

$$D = 3,4$$

$$p = 12,50/3,5$$

$$1 = 12,50/3,6$$

$$p = 3,6$$

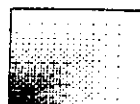
$$p = 3,57 \approx 3,6$$

$$= 3,4$$

Jadi perbandingan D/H adalah : 3,4/3,5

# DESIGN REPORT

## SHOPPING CENTER



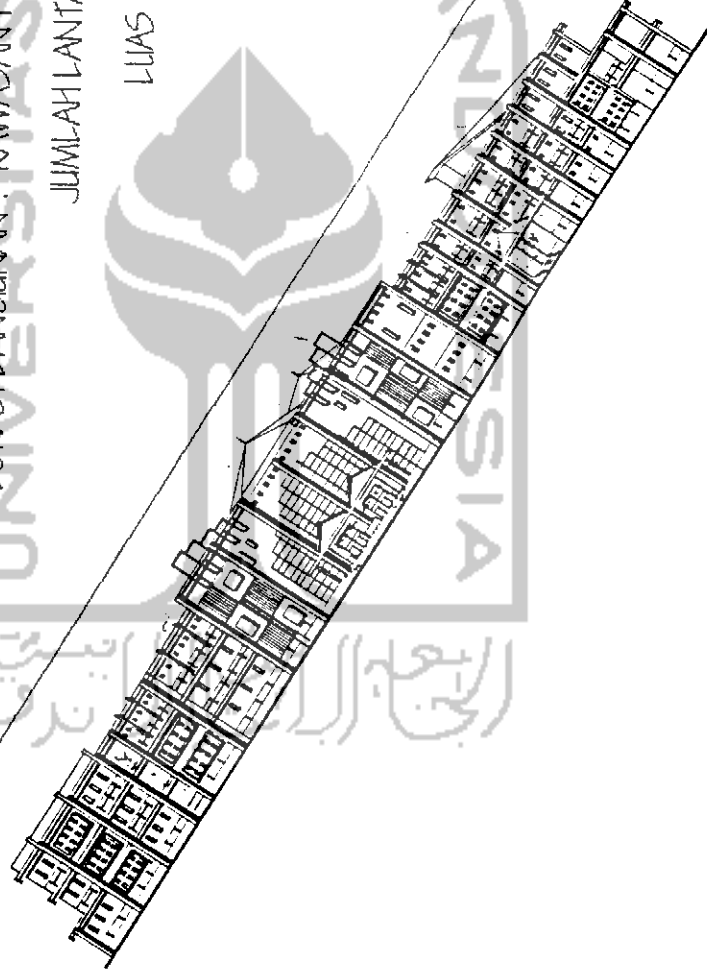
NAMA BANGUNAN : SHOPPING CENTER

LOKASI BANGUNAN : KAWASAN PASAR WATES, JL. DIPONEGORO

JUMLAH LANTAI : 3 LANTAI + 1 BASEMENT

LUAS TOTAL BANGUNAN : 15.085 m<sup>2</sup>

LUAS LAHAN : 7.700 m<sup>2</sup>



AGHID ZUHDHRIANTO

95 340 039



### UMUM

Perkembangan kawasan Pasar Wates sebagai kawasan perdagangan yang menjadi pusat kegiatan perekonomian telah memunculkan berbagai fasilitas perdagangan dan jasa yang merupakan salah satu struktur utama bagi kehidupan dan kehidupan kota, sehingga sarana dan prasarana perdagangan memiliki potensi untuk dikembangkan dalam mendukung pengembangan sektor perekonomian.

### MUSUS

Pusat perbelanjaan (shopping center) sebagai fasilitas komersial untuk transaksi perdagangan dalam perkembangannya memberikan peran sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang banyak dikunjungi orang sehingga perlu suasana yang lebih rekreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen karena akan memberikan rasa nyaman, adanya kebebasan, dan keluasaan dalam pergerakan sehingga konsumen dapat menikmati kegiatan yang dilakukan.



# SHOPPING CENTER

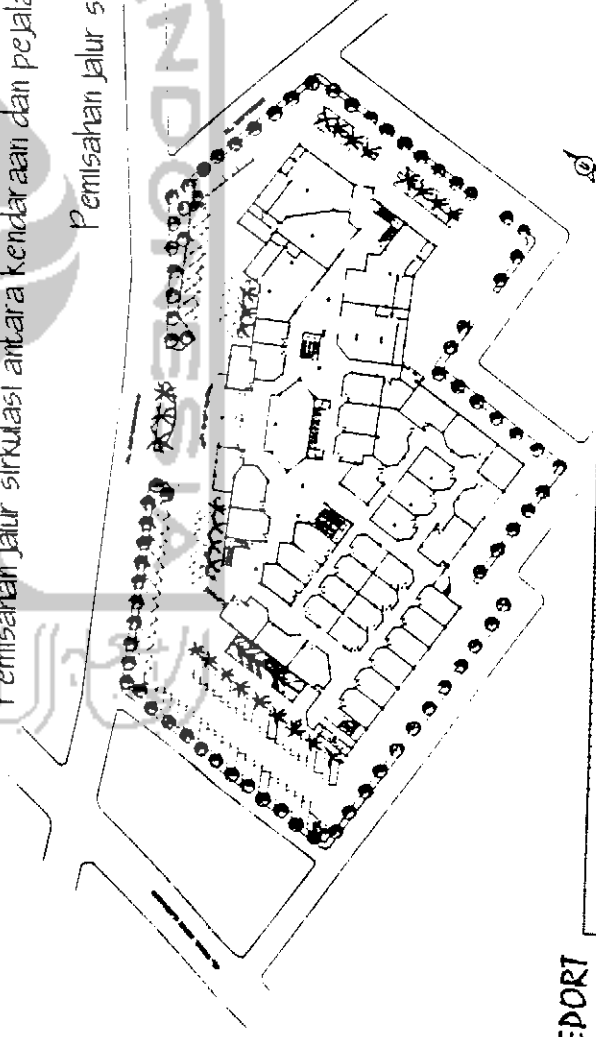
## PERMUSALAHAN

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan shopping center sebagai fasilitas perbelanjaan yang rekreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen yang diciptakan melalui bentuk, skala ruang, sirkulasi, organisasi ruang dan warna ruang.

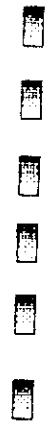
## SIRKULASI RUANG LUAR

Pemisahan jalur sirkulasi antara kendaraan dan pejalan kaki yang jelas berupa jalur pedestrian.

Pemisahan jalur sirkulasi penunjung dan kendaraan service.



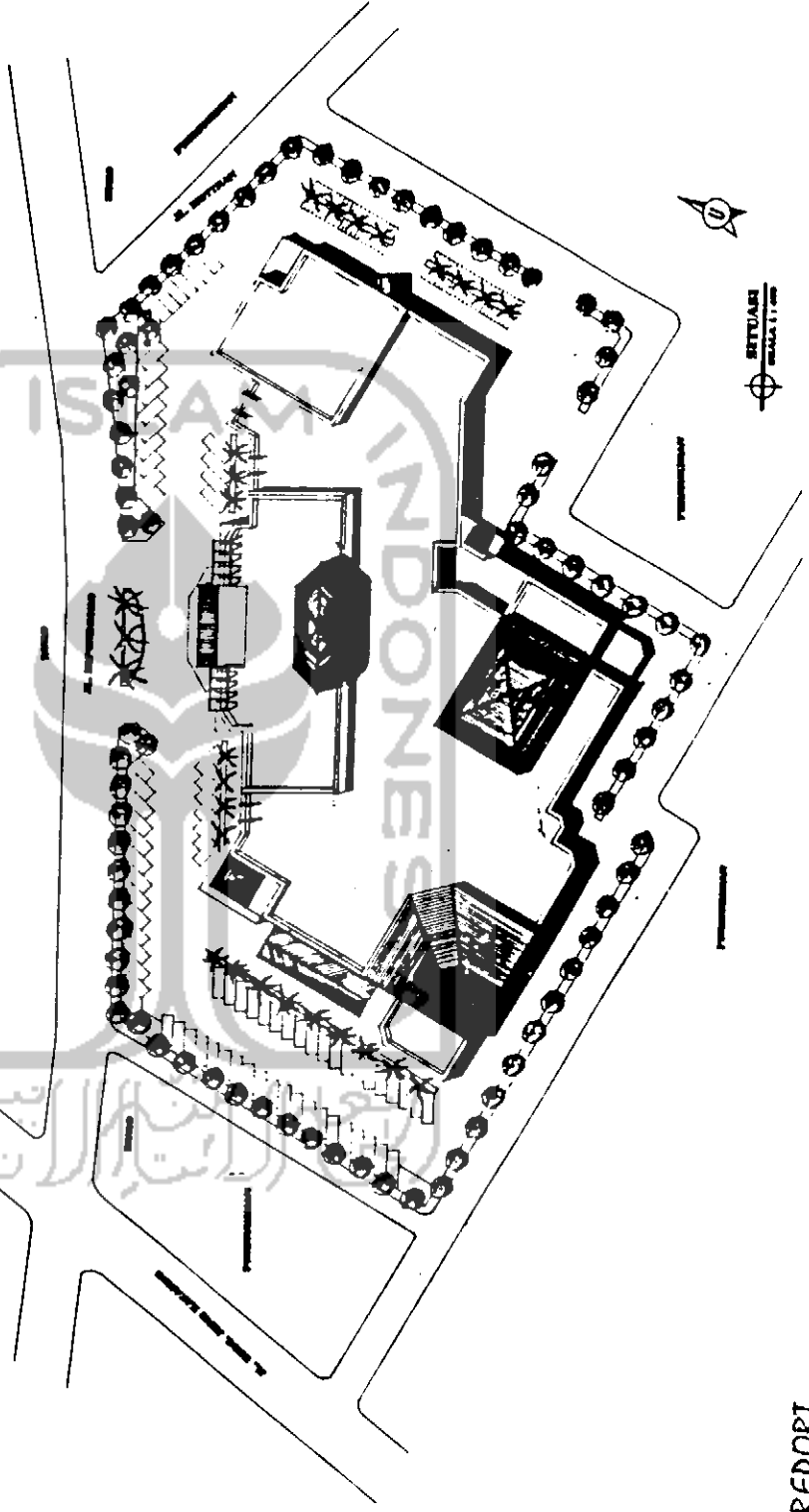
DESIGN REPORT



# SHOPPING CENTER

## PENCAPAIAN

Main entrance melalui Jalan Diponegoro (bagian utara karena merupakan jalur utama) dengan pemisahan jalur masuk dan keluar.  
Service entrance melalui Jalan Muhihan (bagian timur) ke jalan lingkungan kawasan.



DESIGN REPORT



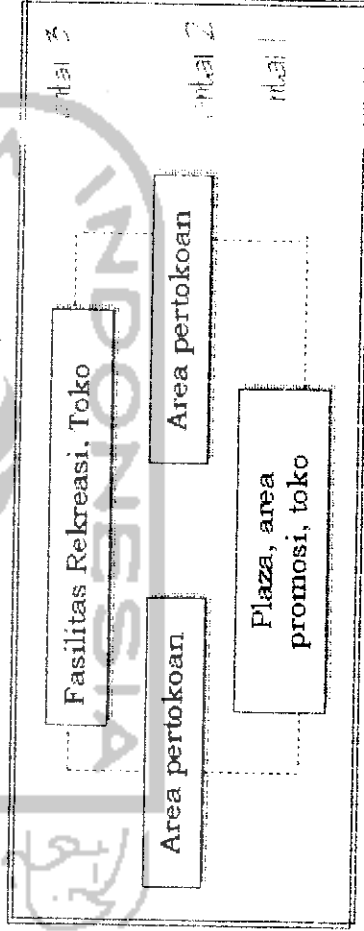


# KONSEP PERANGKANGAN SUASANA REKREATIF

## PENGELOMPOKAN RUANG

Berdasarkan pada aspek :

1. Pola sirkulasi kegiatan di dalam shopping center.
2. Erat tidaknya hubungan antar bagian.
3. Penempatan fasilitas terlebih dahulu diarahkan di dalam plaza kemudian diarahkan pada ruang perbelanjaan (berkelling) ataupun pengunjung dapat menuju secara langsung pada fasilitas rekreasi.



*Pengelompokan Ruang Secara Horizontal Mapun Vertikal*

# SHOPPING CENTER

## BENTUK

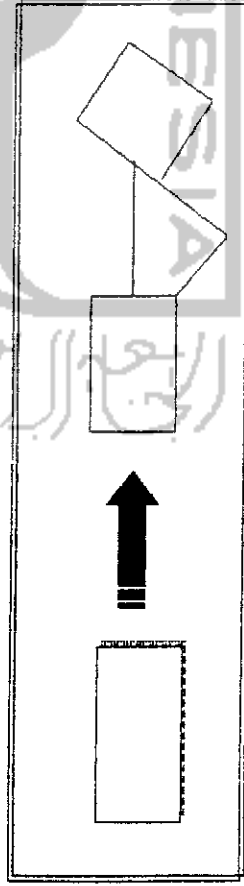


Bentuk dasar adalah bentuk segiempat karena :

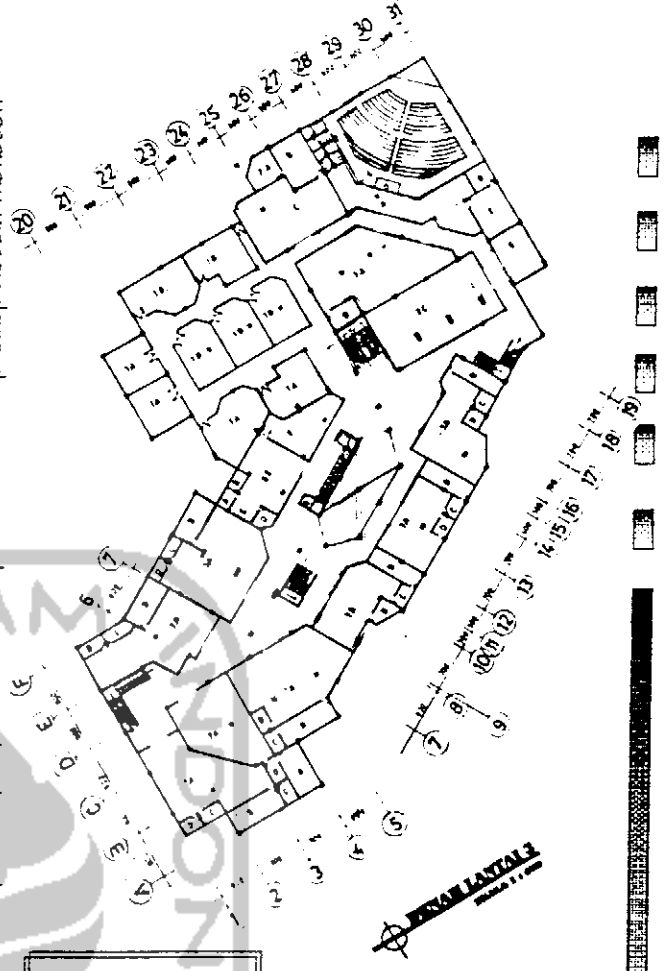
1. Bentuk segiempat merupakan bentuk yang fleksibel ke arah horizontal maupun vertikal.
2. Dalam pengembangan modul struktur merupakan bentuk yang efisien dan adanya pola struktur yang jelas.

3. Efisien dalam penataan ruang dan penataan perabotnya

Untuk menciptakan bentuk yang kreatif dengan adanya pengurangan dan penambahan bentuk sehingga dapat terbentuk komposisi yang beranekaragam untuk mengurangi kesan monoton



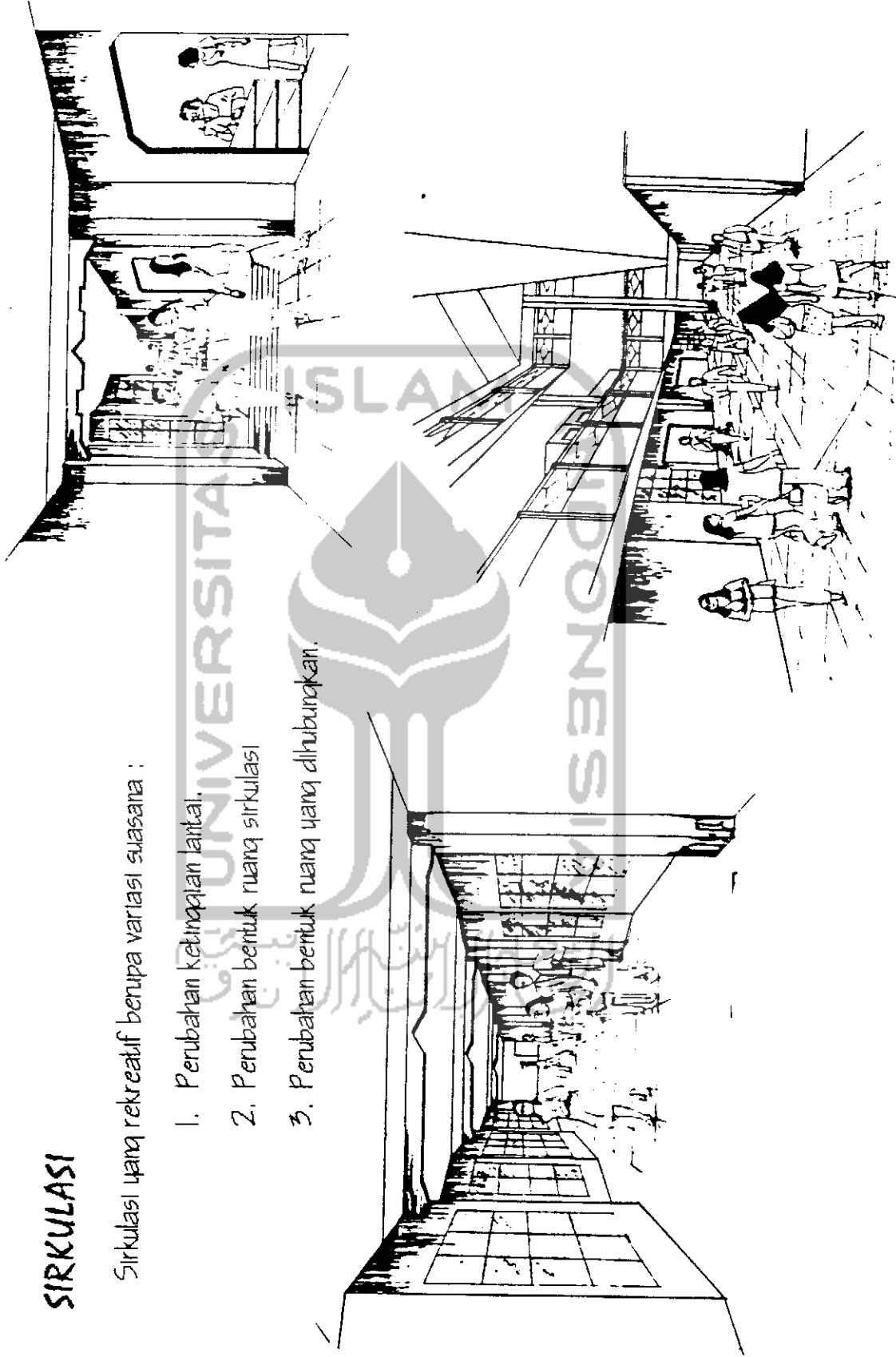
Komposisi Bentuk Dasar



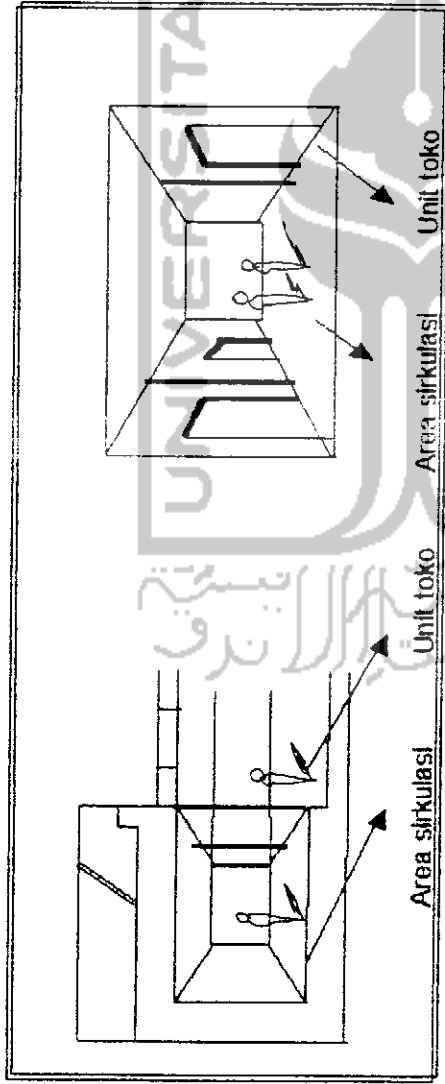
## SIRKULASI

Sirkulasi yang rekreatif berupa variasi suasana :

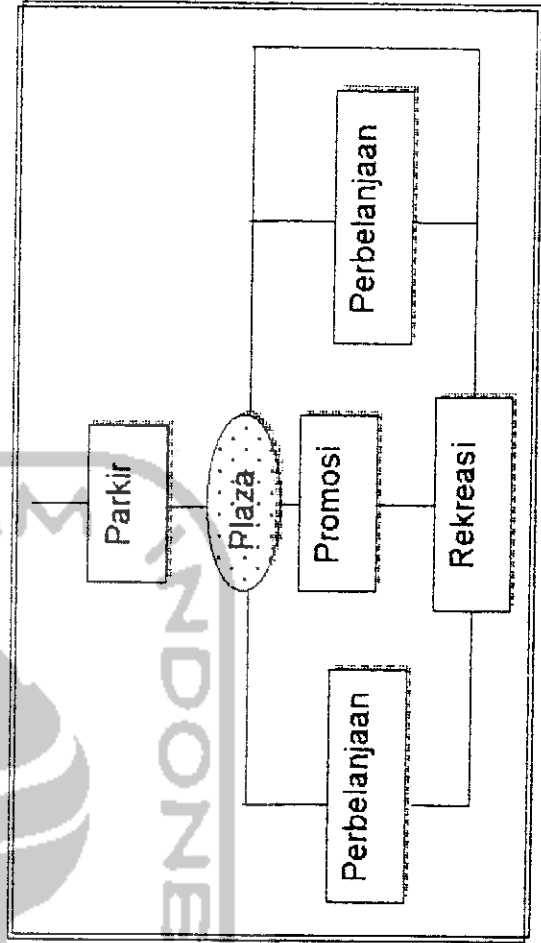
1. Perubahan ketinggian lantai.
2. Perubahan bentuk ruang sirkulasi
3. Perubahan bentuk ruang yang dihubungkan.



# SHOPPING CENTER



BENTUK RUANG SIRKULASI



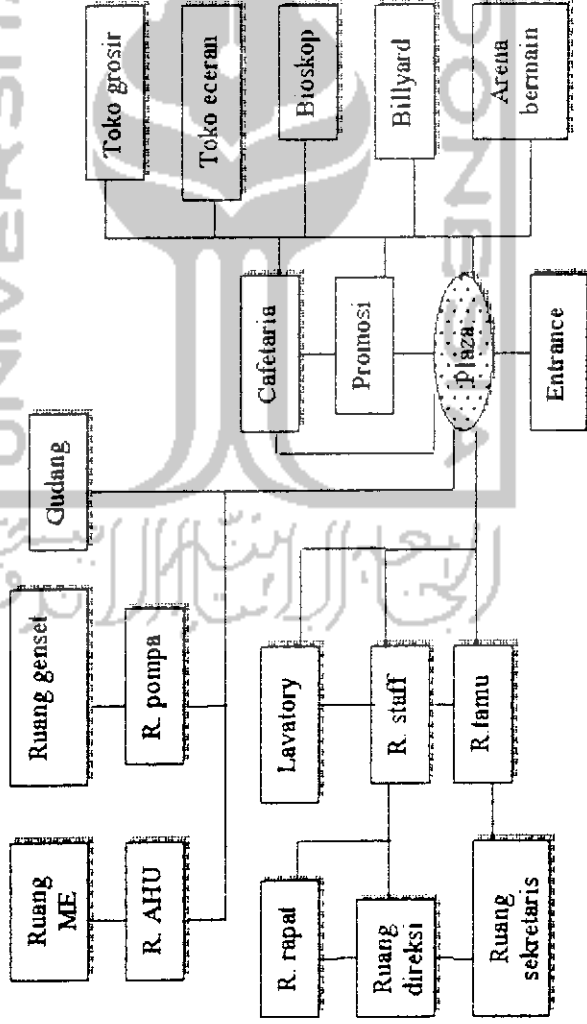
POLA SIRKULASI



# SHOPPING CENTER

## ORGANISASI RUANG

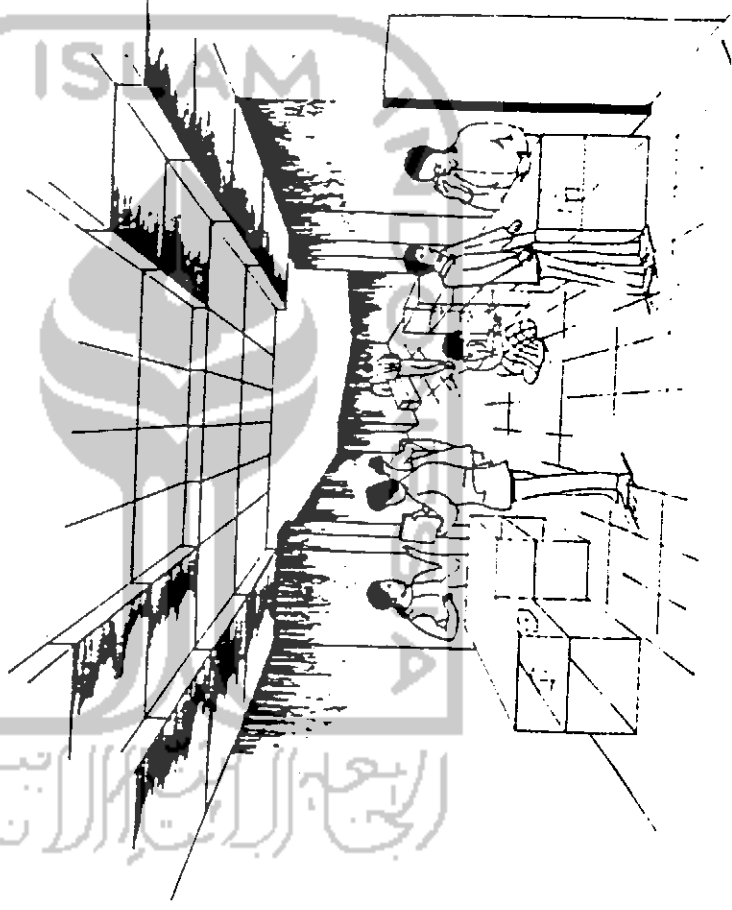
1. Mempunyai karakter ketidakteraturan bentuk.
2. Memiliki orientasi ke segala arah.



## SKALA

Skala yang dapat membentuk suasana rekreatif serta dapat mencerminkan kedinamisan dan kebebasan adalah :

1. Skala normal memberikan kesan kelegasian dalam pergerakan, mempunyai sifat qembira.
2. Skala tinggi membentuk suasana akrab dan rasa terlindung untuk ruang yang bersifat formal, dan yang membutuhkan konsentrasi.



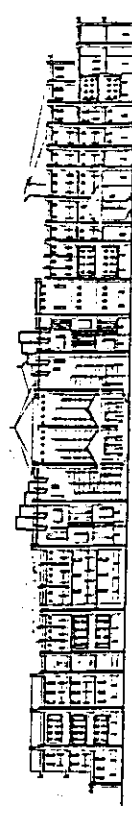
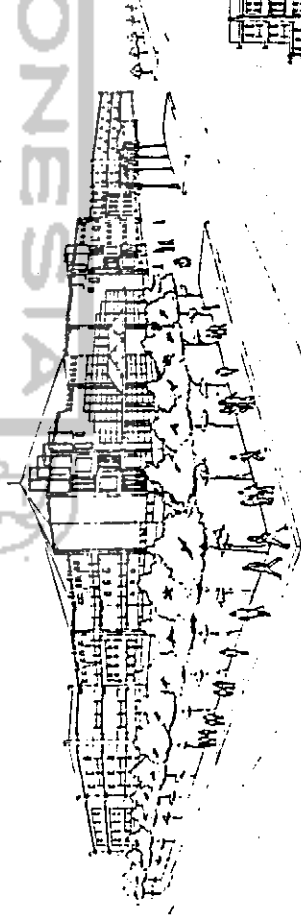
# SHOPPING CENTER

## WARNA RUANG

1. Penggunaan warna yang bersifat hangat ( jingga ) , untuk kegiatan yang bersifat hiburan yaitu warna yang digunakan pada unit pertokoan, lobby dan arena permainan
2. Penggunaan warna yang bersifat dingin ( biru ) , untuk kegiatan yang bersifat tenang, formal dan membutuhkan konsentrasi, yaitu pada ruang pengelola

## PENAMPAKAN BANGUNAN

1. Kejelasan ( clarity ) : untuk menarik perhatian pengunjung berupa main entrance dengan plaza sebagai space penerima.
2. Kemencolakan ( boldness ) : melalui bentuk, warna, tekstur, dan ekspose struktur,

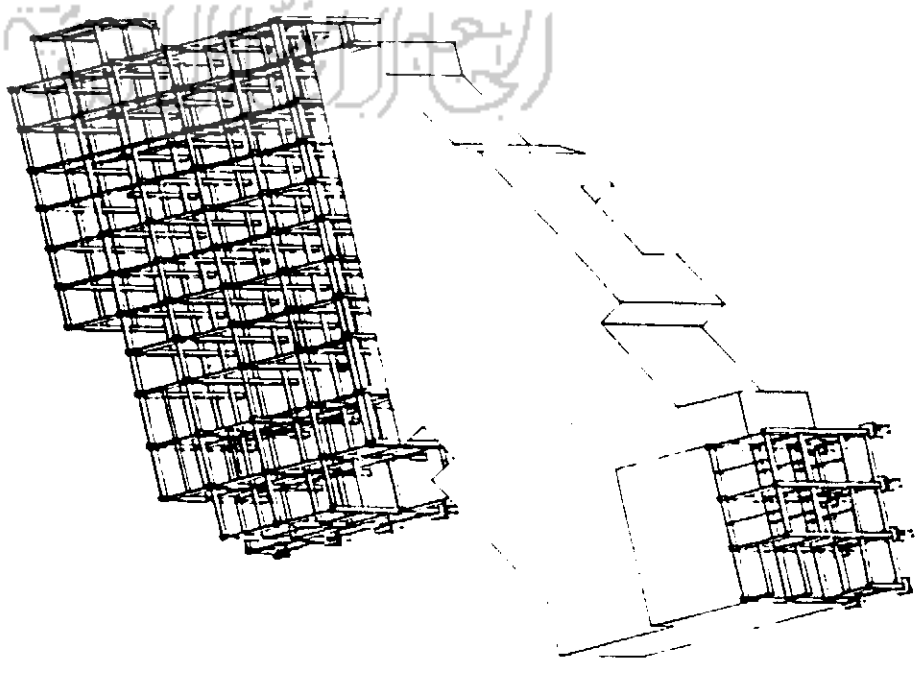


DESIGN REPORT

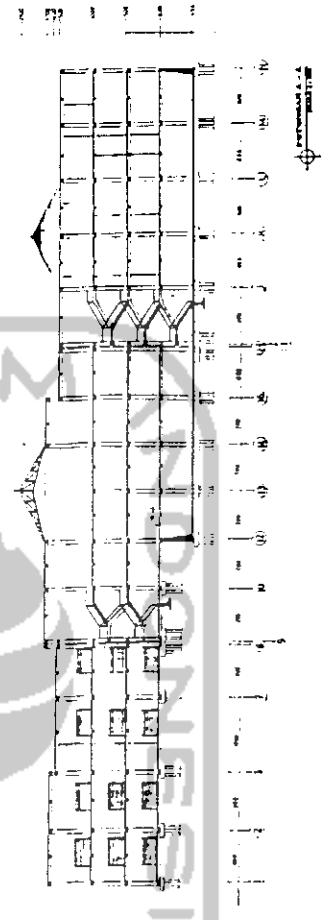


# SHOPPING CENTER

## SISTEM STRUKTUR



1. Sub struktur pondasi utama menggunakan pondasi basement dengan tiang pancang.
2. Super struktur menggunakan konstruksi rangka beton bertulang
3. Struktur atap menggunakan rangka baja.



DESIGN REPORT





# SHOPPING CENTER

## PENCERHAJAYAAN DAN PENCAHAYAIAN

1. Pencerahaan alami untuk penerangan pada ruang pameran, vide dengan penggunaan bukaan - bukaan dari bidang transparan.
2. Pencerahaan buatan digunakan pada ruang fasilitas perbelanjaan, pada tempat penjualan barang dagangan. Pencerahaan buatan juga digunakan pada fasilitas rekreasi, biliard center, bioskop.
  3. Pencerahaan buatan digunakan pada unit pertokoan dengan bukaan - bukaan dan ventilasi.
  4. Kelompok pengelola dan kegiatan rekreasi menggunakan pencahayaan buatan dengan sistem sentral.
    1. Air bersih menggunakan down feed system dengan elevated tank.
2. Sistem pembuangan sampah menggunakan shaft sampah dan tempat pembuangan sampah sementara serta tempat pembuangan akhir dengan truk sampah pembuangan akhir dengan tenaga PLN dan genset.
  3. Jaringan listrik menggunakan tenaga PLN dan genset.
4. Sistem komunikasi menggunakan jaringan telepon sistem langsung.
5. Sistem pemadam kebakaran dengan menggunakan sprinkler dan hydrant.

STAF

DESIGN REPORT

