

PERPUSTAKAAN FTSP UH
MADIAN/BEKI
TGL. TERIMA : 20 Juli 2006
NO. JUDUL : 002056
51200002056001

FASHION AND BEAUTY CENTER

*Transformasi Metroseksual di Dunia Fashion dan Kecantikan pada
Penataan Ruang dan Fasad bangunan*

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh:

Mia Jabeen

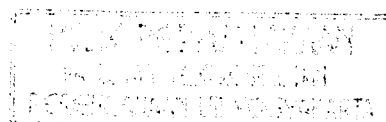
01 512 035



Dosen Pembimbing :

Ir. Arman Yulianta, MUP

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Y O G Y A K A R T A
2005**



LEMBAR PENGESAHAN

FASHION AND BEAUTY CENTER

*Transformasi Metroseksual di Dunia Fashion dan Kecantikan pada
Penataan Ruang dan Fasad bangunan*

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Mia Jabeen

01 512 035

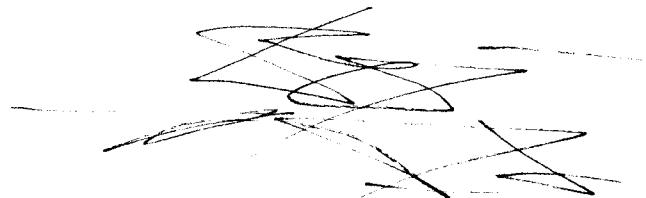
Telah disetujui dan disahkan
Yogyakarta, Desember 2005

Dosen Pembimbing



Ir. Arman Yuliatna, MUP

Mengetahui,
Ketua Jurusan Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Islam Indonesia



Ir. Revianto Budi Santosa, M.Arch



Dipersembahkan bagi sesembahanku, Allah SWT.

Didedikasikan untuk Ibuku dan Ayahku, dua orang yang paling kusayangi dan menyayangiku.

Mia Jabeen

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Persembahan	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	vii
Kata Pengantar	x
Abstract	xi
Intisari	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. SPESIFIKASI UMUM PROYEK	1
1.1.1. Judul Tugas Akhir	1
1.1.2. Pengertian Judul	1
1.1.3. Fungsi Bangunan	2
1.1.4. Penekanan Perancangan	3
1.1.5. Lokasi dan Site	3
1.1.6. Fasilitas Bangunan	5
1.1.7. Besaran Ruang	5
1.1.8. Profil Pengguna Bangunan	8
1.2. PERSYARATAN TEKNIS FUNGSIONAL	9
1.2.1. Fashion And Beauty Center	9
1.2.2. Teknis Fungsional Fashion and Beauty Center	10
1.2.3. Persyaratan Ruang	12
1.2.4. Analisa Kebutuhan Ruang	13

BAB II KAJIAN KONSEP DAN TEORI

2.1. TINJAUAN KHUSUS MODE	18
2.2. TINJAUAN KHUSUS KECANTIKAN	20
2.3. TINJAUAN FASILITAS KOMERSIAL	21
2.4. TINJAUAN KHUSUS MALL	23
2.5. TINJAUAN KHUSUS METROSEKSUAL	29
2.6. TINJAUAN KEGIATAN PENDUKUNG SPORT CENTER	30
2.7. STRATEGI DESAIN	32

BAB III PROSES PERANCANGAN

3.1. PENDEKATAN STRATEGI DESAIN	34
3.1.1. Pendekatan Mewah dan Berkelas	34
3.1.2. Pendekatan Komersial	41
3.1.3. Pendekatan Maskulin	48
3.1.4. Pendekatan Feminimisme Metroseksual	49
3.2. PENDEKATAN TAPAK	50
3.2.1. Pendekatan Pencapaian Tapak	52
3.2.2. Pendekatan Peletakan dan Orientasi Masa terhadap Site	54
3.2.3. Pendekatan Pengolahan Kondisi Tanah yang Berkontur	55
3.2.4. Pendekatan Pemanfaatan Vegetasi	56
3.2.5. Zoning	60
3.2.6. Pendekatan Tata Masa Bangunan	61
3.2.7. Pendekatan Dalam Pembentukan Sirkulasi	64
3.2.8. Pendekatan Sistem Utilitas Bangunan	70

BAB IV PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN BANGUNAN

4.1. PENDEKATAN PENATAAN RUANG LUAR BANGUNAN	73
4.1.1 Entrance dan Parking Area	73
4.2. PENDEKATAN PENATAAN RUANG DALAM BANGUNAN	74
4.2.1. Sport Center	74
4.2.2. Social Center	77
4.2.3. Salon	77
4.2.4. Pertokoan	79
4.3. PENDEKATAN KONSEP TAMPILAN BANGUNAN	79
4.3.1. Penampilan Interior	79
4.3.2. Penampilan Eksterior	80

BAB V HASIL PERANCANGAN

5.1. PENATAAN RUANG LUAR BANGUNAN	82
5.1.1. Entrance dan Parking Area	82
5.1.2. Teras Luar	84
5.1.3. Tangga Darurat dan Special Event	85
5.1.4. Fasad Bangunan	86
5.2. PENATAAN RUANG DALAM BANGUNAN	87
5.2.1. Sport Center	87
5.2.2. Social Center	88
5.2.3. Fashion Store	89
5.2.4. Salon	90

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

Gambar 1.1 Peta Wilayah Kota Depok	3
Gambar 1.2 Peta Site Terpilih	4
Gambar 1.3 Site Terpilih	4
Gambar 1.4 Standar Ukuran Squash Court	16

BAB II KAJIAN KONSEP DAN TEORI

Gambar 2.1 Konsep Mall Terbuka	23
Gambar 2.2 Contoh Mall Terbuka	24
Gambar 2.3 Konsep Mall Tertutup	24
Gambar 2.4 Contoh Mall Tertutup	25
Gambar 2.5 Konsep Mall Terpadu	26
Gambar 2.6 Contoh Mall Terpadu	26

BAB III PROSES PERANCANGAN

Gambar 3.1 Tangga Utama Gedung Opera, Ukreini	34
Gambar 3.2 Interior pada ruang pertunjukan	35
Gambar 3.3 Tampak void dari lantai terbawah	36
Gambar 3.4 Selasar Hotel	37
Gambar 3.5 Kolam Renang dan Area Sport Center	37
Gambar 3.6 Fitnes Center	38
Gambar 3.7 Interior Kamar Mandi Sport Center	39
Gambar 3.8 Penurunan ketinggian lantai jauh dibawah garis mata	41
Gambar 3.9 Penurunan ketinggian lantai dekat dengan level mata	42
Gambar 3.10 Penurunan dengan level awal diatas garis mata	42
Gambar 3.11 Tampak Bangunan Diesel Store	44
Gambar 3.12 Interior Diesel Store1	44
Gambar 3.13 Interior Diesel Store2	45

Gambar 3.14 Jarak pandangan terhadap suatu obyek	46
Gambar 3.15 Sudut pandang pada bidang tegak lurus	46
Gambar 3.16 Display Etalase depan toko	47
Gambar 3.17 Pencapaian Langsung	52
Gambar 3.18 Pencapaian Tersamar	53
Gambar 3.19 Pencapaian Berputar	53
Gambar 3.20 Posisi Masa Terhadap Site	54
Gambar 3.21 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol radiasi	56
Gambar 3.22 Fungsi vegetasi sebagai penahan angin	56
Gambar 3.23 Fungsi vegetasi sebagai penyaring debu dan bunyi	57
Gambar 3.24 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol pandangan	57
Gambar 3.25 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol pandangan	57
Gambar 3.26 Fungsi vegetasi sebagai pencipta ruang	58
Gambar 3.27 Fungsi vegetasi sebagai penciptaan ruang	58
Gambar 3.28 Rencana persebaran vegetasi pada site	59
Gambar 3.29 Potongan persebaran vegetasi pada site	59
Gambar 3.30 Gubahan massa berbentuk Radial	63
Gambar 3.31 Gubahan Massa berbentuk Linier	63
Gambar 3.32 Gubahan Massa berbentuk Terpusat	64
Gambar 3.33 Jalan melewati ruang-ruang	64
Gambar 3.34 Jalan menembus ruang	65
Gambar 3.35 Jalan berakhir pada ruang	65
Gambar 3.36 Bentuk sirkulasi tertutup	65
Gambar 3.37 Bentuk sirkulasi terbuka pada salah satu sisinya	66
Gambar 3.38 Bentuk sirkulasi terbuka pada kedua sisinya	66
Gambar 3.39 Skala Ruang	68

BAB IV PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN BANGUNAN

Gambar 4.1 Entrance dan Area Parkir.....	73
Gambar 4.2 Sport Center	75
Gambar 4.3 Social Center	77
Gambar 4.4 Salon	79
Gambar 4.5 Penggunaan warna natural pada interior	80

BAB V HASIL PERANCANGAN

Gambar 5.1 Entrance	83
Gambar 5.2 Entrance (2)	83
Gambar 5.3 Teras Luar	84
Gambar 5.4 Teras Luar (2)	85
Gambar 5.5 Tampak Selatan	86
Gambar 5.6 Potongan Squash Court	87
Gambar 5.7 Potongan Kolam Renang	88
Gambar 5.8 Coffe Shop	89
Gambar 5.9 Fashion Store	89
Gambar 5.10 Salon	90

KATA PENGANTAR

Assamu'alaikum,

Alhamdulillahirobbil'alamin. Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, dan ridho kepada penulis hingga dapat menyelesaikan karya tulis ini, sebuah karya tulis yang diilhami oleh fenomena kebudayaan yang terjadi di Indonesia dewasa ini.

Berangkat dari kajian yang sistematis mengenai sebuah fenomena kebudayaan yang disebut gaya hidup metroseksual, penulis mencoba mengimplementasikan konsep-konsep kebudayaan tersebut dalam sebuah desain bangunan. Melalui pengetahuan dalam bidang arsitektur yang didapatkan penulis selama kuliah, diharapkan sebuah desain yang mencerminkan dan dapat mengakomodasi gaya hidup metroseksual dapat dihasilkan.

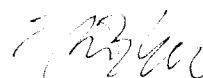
Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah memungkinkan terselesaikannya karya tulis ini :

- Ibu dan Ayah penulis yang senantiasa memberikan perlindungan dan dukungannya.
- Ir. Arman Yulianta, MUP, dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan panutan dan bimbingan selama pengerjaan karya tulis ini.
- Ir. Revianto Budi Santosa, sebagai Ketua Jurusan Arsitektur FTSP UII.
- Teman-teman terdekat penulis yang tanpa henti dan tanpa pamrih selalu mengulurkan tangan untuk membantu.

Semoga kerja keras ini diterima sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT dan dapat memberikan berbagai manfaat yang positif bagi para pembacanya.

Wassalam.

Yogyakarta, Desember 2005



Mia Jabeen

FASHION AND BEAUTY CENTER

by Mia Jabeen

ABSTRACT

Like many other eastern developing countries, Indonesia is continuously absorbing various western lifestyles, which most Indonesian find them attractive for basically one reason, they are different. Those lifestyles absorbed from the west world certainly add flavors to the Indonesian eastern-based lifestyles. It is good in some way, but according to most reasonable eastern people, even more are bad or destructive.

A relatively new lifestyle for men so called 'metro sexual lifestyle' is one of many lifestyles currently absorbed by Indonesians. Explained in a simple and naive way, the metro sexual lifestyle 'allows' men to do what women normally do to preserve their look. Not so long ago, an over groomed man tend to be judged as not masculine or sexually abnormal without having any chance to formally defend himself by any way. Nowadays, a man of this kind can easily justify his behavior by saying that he is having metro sexual lifestyle.

Apart from the fact that many people think of metro sexual phenomenon as something bad or destructive to the eastern cultures, which is probably true, I am trying to look at it more practically. Metro sexual community is continuously growing larger and gain more popularity each day, thus, a new market has been created and available. Inspired by this practical thinking, an attempt to create the design of Fashion and Beauty Center is to be made and reported in this paper, a design in which metro sexual concepts are absorbed and implemented. The result, a design of place where hopefully could be the dreamland of the metro sexual community, a place where they can sustain their metro sexual lifestyle, socialize in comfortable and homey ways, and fulfill their needs.

FASHION AND BEAUTY CENTER

by Mia Jabeen

INTISARI

Seperti negara-negara Timur yang sedang berkembang, Indonesia terus menerus menyerap berbagai gaya hidup dari bangsa Barat yang dianggap menarik oleh penduduk Indonesia karena satu alasan mendasar yaitu perbedaan. Berbagai gaya hidup Barat yang diserap tentu saja menambah keragaman gaya hidup bangsa Indonesia yang memiliki dasar kebudayaan Timur. Dalam beberapa hal gaya hidup Barat memiliki pengaruh yang positif, walaupun menurut pendapat umum gaya hidup Barat lebih banyak memberikan pengaruh yang negatif.

Sebuah gaya hidup yang relatif baru yang disebut 'metroseksual' adalah salah satu gaya hidup yang saat ini sedang terus diserap oleh penduduk Indonesia. Secara sederhana, gaya hidup metroseksual 'memperbolehkan' pria untuk melakukan hal-hal yang biasanya dilakukan oleh wanita dalam menjaga penampilan. Sebelum budaya ini berkembang, seorang pria yang terlalu rapi dan terawat dalam penampilan akan dianggap tidak jantan atau bahkan tidak normal secara seksual, saat ini pria tersebut memiliki kategori dan prestise tersendiri, pria metroseksual.

Terpisah dari fakta bahwa fenomena metroseksual masih belum dapat diterima secara umum sebagai sesuatu yang positif, dalam pemikiran yang praktis fenomena ini dapat dilihat sebagai munculnya sebuah pasar yang baru. Komunitas metroseksual yang terus tumbuh dan semakin populer mengilhami karya tulis ini, sebuah karya tulis mengenai desain bangunan yang disebut Fashion and Beauty Center dimana konsep-konsep metroseksual akan diserap dan diimplementasikan. Hasil desain adalah sebuah bangunan yang dapat menjadi tempat impian komunitas metroseksual, dimana mereka dapat mempertahankan gaya hidup metroseksual, bersosialisasi dengan nyaman, dan memenuhi berbagai kebutuhan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. SPESIFIKASI UMUM PROYEK

1.1.1. Judul Tugas Akhir

Fashion and Beauty Center

Transformasi metroseksual di dunia fashion dan kecantikan pada penataan ruang dan fasad bangunan

1.1.2. Pengertian Judul

Fashion atau Mode adalah ragam, cara, atau gaya yang terbaru pada suatu waktu¹. Dari pengertian ini dapat kita simpulkan bahwa mode bersifat berubah-ubah dan tidak selalu tetap, tetapi mode dapat berulang kembali melalui suatu masa tertentu.

Fashion dan Beauty merupakan 2 (dua) hal yang saling terkait dan saling melengkapi sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan. Untuk Beauty atau kecantikan / keindahan sendiri berarti suatu kualitas yang menggembirakan dan menyenangkan dalam rupa-rupa hal seperti corak, warna, bentuk, rupa, suara, tingkah laku, sikap dan sebagainya, sedangkan untuk dikatakan cantik berhubungan dengan keindahan tubuh, tingkah laku dan perbuatan².

Metroseksual berasal dari Yunani, terdiri atas kata metropolis dan seksual yang berarti laki-laki yang sangat memperhatikan penampilan dan perawatan akan dirinya dan tidak akan segan-segan menghabiskan kan

¹ WJS Poerwadarminta, 1976, Kamus Umum Bahasa Indonesia

² idem

uangnya dalam jumlah besar untuk memperoleh hal tersebut. Kalangan metroseksual merupakan orang-orang yang memiliki kemampuan materi.

Center adalah pusat atau suatu pemusatan sesuatu kegiatan tertentu, sehingga Fashion and Beauty Center adalah sebagai tempat untuk mewadahi kebudayaan metroseksual yang baru berkembang dan mempengaruhi kaum hawa berpotensi yang belum berpartisipasi didalamnya.

1.1.3. Fungsi Bangunan

Merebaknya demam clubing dikalangan eksekutif muda *trend metroseksual* terjadi disini. Dimana para lelaki mempunyai gaya hidup yang baru. Dengan perkembangan zaman yang semakin cepat, dan intensitas pertemuan dengan orang baru yang cukup tinggi membuat orang sadar bahwa penampilan merupakan hal yang penting.

Dari hal tersebut maka kita dapat melihat peluang yang sangat besar dalam dunia bisnis, mengingat bahwa para metroseksual ini adalah orang mapan dan berpenghasilan menengah keatas sehingga mereka merupakan *marketer's dream* alias mimpinya para pemasar³ di dunia fashion and beauty dimana wanita sudah menjadi pelanggan tetap.

Di Yogya gejala metroseksual sudah mulai terlihat namun kurangnya fasilitas yang dapat mengikuti kebudayaan metroseksual ini sehingga diperlukannya wadah untuk menampung kebiasaan-kebiasaan baru kaum adam tersebut. Persepsi masyarakat mengenai metroseksual identik dengan gay menjadikan kaum ini kurang muncul dipermukaan.

Bangunan ini bersifat komersial namun target pasarnya / pengguna bangunan ini terbatas pada orang-orang menengah keatas yang merupakan anggota club tertentu sehingga nilai komersial berupa kemampuan bangunan untuk mengembalikan modal dari hasil pembangunan bangunan ini dan juga perhitungan biaya mampu tidaknya

³ Republika, Pasar Metroseksual, Rabu 28 April 2004

bangunan tersebut untuk menarik konsumen untuk membiayai perawatan operasional keseharian bukanlah masalah pada kasus bangunan ini.

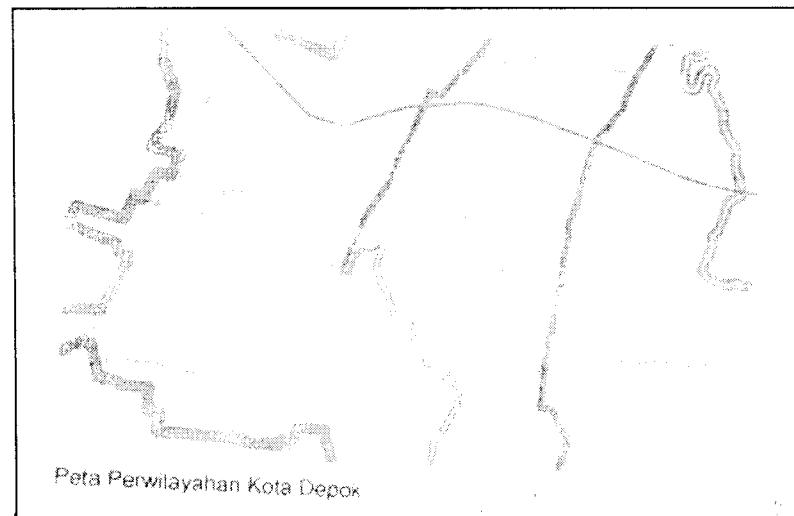
1.1.4. Penekanan Perancangan

Dengan tingginya kemampuan daya beli yang dimiliki kaum metroseksual menjadikan target pemasaran selanjutnya ditujukan kepada kaum laki-laki, baik yang sudah menjadi metroseksual maupun yang belum.

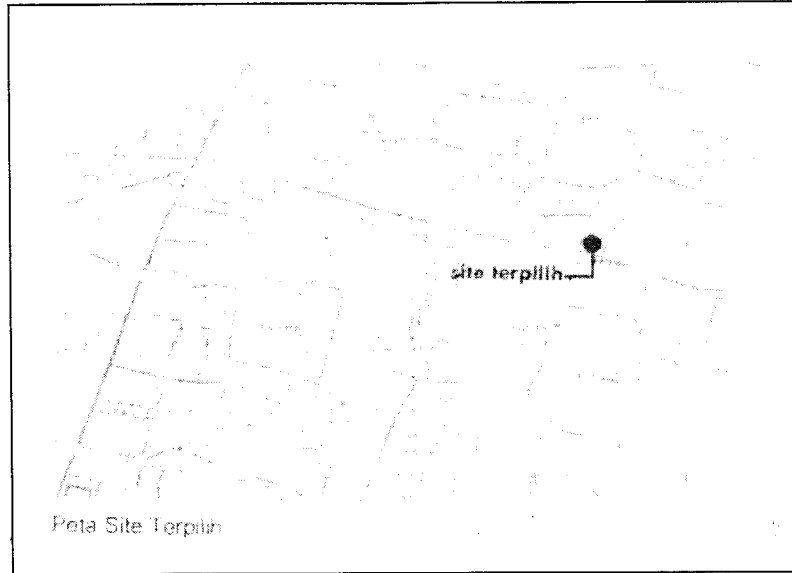
Sehingga penekanan perancangan pada bangunan ini adalah bagaimana bangunan ini dapat menarik laki-laki tradisional untuk menjadi laki-laki metroseksual dan menghilangkan persepsi buruk mengenai trend ini. Sekaligus menyediakan wadah untuk show off bagi kaum ini.

1.1.5. Lokasi dan Site

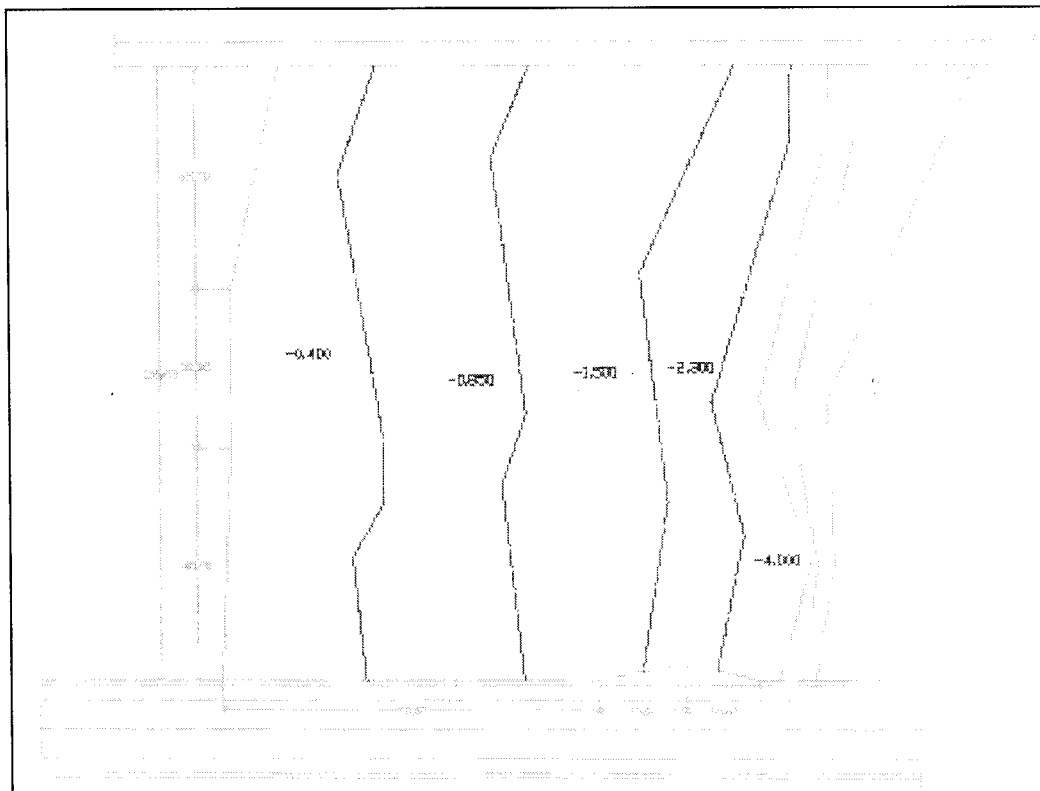
Lokasi berada di tepi Ring Road Utara dan sungai Gajah wong, Kecamatan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, DIY. Luasan site kurang lebih 14.500 m².



Gambar 1.1 Peta Wilayah Kota Depok



Gambar 1.2 Peta Site Terpilih



Gambar 1.3 Site Terpilih

1.1.6. Fasilitas Bangunan

Fasilitas yang tersedia dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan jenis kegiatan, yaitu :

1. Kegiatan Komersial

Kegiatan komersial yang utama adalah pemasaran produk kecantikan dan mode dimana olah raga juga menjadi bagian terpenting didalamnya dalam mendukung penampilan keseluruhan

- Sport center
- Café
- Coffe shop
- Book Store
- IT and Electronic Store
- Music Store
- Car Accessories

2. Kegiatan Pengelola

- Ruang Pengelola
- Ruang Administrasi

3. Kegiatan Servis

- Parking Area
- Lavatory dan MEE
- Pos Jaga

1.1.7. Besaran Ruang

Besaran ruang pada Fashion and Beauty Center ini adalah :

JENIS RUANG	KAP. (ORNG)	SDRT (m2/orng)	JMLH	LUAS BERSIH	SIRKULASI	LUAS
KEGIATAN KOMERSIAL						
Hall	250	1	1	250	20%	300
Fashion Store	15	1,5	25	562,5	100%	1125

Beauty Store	15	1,5	15	337,5	100%	675
Store Pelengkap	20	1,25	5	125	100%	250
Salon						
Lobby & R. Tunggu	4	0,9		14,4	20%	17,28
Hair Cut	6	1,5		36	100%	72
Face Treatment	4	1,6		25,6	200%	76,8
Body Treatment	4	6		96	200%	288
Sauna Indiv	4	1		16	20%	19,2
Hair Wash	2	1,25		10	100%	20
Lavatory	4	1,6		25,6	100%	51,2
			4	136,12		544,48
SPORT CENTER						
Lobby Sport Center		1	1			92,4
Mini Bar		25		25	20%	30
Dapur		12		12	20%	14,4
R. Duduk	30	0,8		24	100%	48
R. Pengelola SC			2			48
R. Arsip Member		2		4	20%	4,8
Kantor	2	3		12	20%	14,4
Gudang persediaan		12		24	20%	28,8
Fitnes, Aerobik&Yoga			1			481
R. Tunggu	5	0,9		4,5	100%	9
R. Fitnes	40	1,5		60	300%	240
R. Aerobik&Yoga	10	1,5		15	300%	60
Sauna	4	1	2	8	100%	16
Loker& R. Ganti	40	0,5	2	40	200%	120
Kamar Mandi	4	1,5	2	12	200%	36
KolmRnang&Squash Court			1			665,4
R. Tunggu Squash	12	0,9		10,8	200%	32,4
R. Tunggu Renang	15	1,6		24	200%	72
Kolam Renang		250		250	50%	375
Squash Court		62	3	186	0%	186
Sauna	4	1	2	8	100%	16

Loker& R. Ganti	25	0,5	2	25	200%	75
Kamar Mandi	4	1,5	2	12	200%	36
						1286,8
SOCIAL CENTER						
Coffe Shop			4			583,8
Lobby	5	0,8		16	100%	32
Dapur Bersih & Bar		6		24	20%	28,8
Dapur Kotor		10		40	20%	48
R. Duduk	25	1,5		150	200%	450
Bilyard Area		3,125		12,5	100%	25
Lounge			4			632
Lobby	5	0,8		16	100%	32
Dapur Bersih & Bar		10		40	20%	48
Dapur Kotor		15		60	20%	72
R. Duduk Umum	30	1		120	200%	360
R. Duduk room	5	1	2	40	200%	120
Car Salon			1			160
R. Penjualan Acesoris	2	40		40	20%	48
R. Tunggu	4	1		4	200%	12
Bengkel Acesoris		50		50	100%	100
						1375,8
SUB TOTAL						5012,6
KEGIATAN PENGELOLAAN						
R. Pimpinan	1	20	1	20	20%	24
R. Wakil	1	16	2	32	20%	38,4
R. Sekertaris	2	6	1	12	20%	14,4
R. Administrasi	4	4,5	1	18	20%	21,6
R. Promosi&infrms	4	4	1	16	20%	19,2
R. Rapat	20	1,5	1	30	20%	36
R. Tamu	3	1	3	9	20%	10,8
Lavatory	4	1,5	1	6	100%	12
SUB TOTAL						176,4
KEGIATAN SERVIS						
Pos Jaga	2	2	2	8	100%	16
Laundry		59	1	59	20%	70,8

1. Pengelola adalah pihak yang bertanggungjawab dan bertugas mengelola kelangsungan aktifitas komersial dan fasilitas pendukung lainnya.
2. Pengunjung yang menjadi sasaran adalah pengunjung dari kelas ekonomi menengah keatas, terdiri atas :
 - Keluarga yang terdiri atas orang tua dan anak, kedatangannya dengan tujuan untuk membeli sesuatu atau berolah raga menghabiskan waktu bersama sehingga waktu kunjungannya relatif lama.
 - Pengunjung Club Arisan, kedatangannya dengan tujuan untuk menghadiri kegiatan tersebut waktu kunjungannya relatif sesuai acara.
 - Pengunjung Bisnis, kedatangannya dengan tujuan mengadakan meeting dan transaksi bisnis yang waktu kunjungannya relatif singkat
 - Pengunjung Pelanggan, kedatangannya bersifat continue dan berkala untuk berolah raga (member sport center) waktu kunjungannya relatif lama.
 - Pengunjung Lounge, Café dan Coffe Shop yang kedatangannya bertujuan untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa ikatan formal dan waktu kunjungannya relatif lama karena lebih bersifat reuni.

1.2. PERSYARATAN TEKNIS FUNGSIONAL

1.2.1. Fashion And Beauty Center

Pada bangunan Fashion and Beauty Center didalamnya terdapat fasilitas-fasilitas yang terdiri atas bermacam-macam kegiatan :

a. Kegiatan Komersial

Kegiatan ini merupakan tujuan utama yang ingin dicapai dimana kaum metroseksual sebagai target pembeli. Memfasilitasi kebudayaan kaum metroseksual yang gemar akan menonjolkan diri dalam penampilan digunakan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang unik

b. Kegiatan Pendukung

Kegiatan Pendukung dimaksudkan untuk melengkapi fungsi komersial yang ada didalam bangunan ini sehingga akan lebih memberikan magnet bagi seseorang untuk mengunjungi bangunan ini, sebagai sasaran utama untuk fungsi ini adalah kaum laki-laki. Fungsi ini dapat dikategorikan dalam 2 macam yaitu sport center dan social center. Disport center disediakan bermacam-macam fasilitas untuk berolah raga sedangkan pada social center disediakan tempat-tempat untuk berinteraksi seperti coffie shop, café dan lounge

1.2.2. Teknis Fungsional Fashion and Beauty Center

Segala fasilitas yang tersedia pada bangunan ini ditujukan untuk menarik para metroseksual dan laki-laki yang berpotensi dimana wanita sudah jelas menjadi pelanggan yang tetap.

Sedangkan cara untuk membidik pasar pria metroseksual yaitu dengan langsung ke pria metroseksual tersebut, bisa melalui komunitas mereka dan juga melalui keluarga atau orang-orang terdekat mereka. Walaupun orang-orang tersebut belum tentu berperan sebagai pengambil keputusan (decider) atau pembeli (buyer), paling tidak mereka bisa menjadi pemberi pengaruh (influencer) yang sangat kuat bagi pria metroseksual⁴.

Sehingga dari hal diatas yang akan menjadi faktor yang menentukan dalam pembuatan besaran ruang untuk Fashion and Beauty Center adalah :

- Fashion and Beauty Store

Ruangan ini didesain sedemikian rupa sehingga kenyamanan sangat diperhatikan. Dalam pengaturan display barang sangat diperhatikan pencahayaan dan peletakannya. Karena nilai barang jual yang cukup tinggi dan jumlah barang yang diproduksi memang terbatas maka

⁴ Hermawan Kartajaya, Suara Merdeka, 14 Agustus 2004

Selain sangat memperhatikan penampilan diri tentu saja hal lain yang sangat diperhatikan juga oleh kalangan ini adalah kendaraan pribadi mereka, sehingga dengan adanya fungsi ini mereka dapat melakukan banyak hal dalam waktu yang sama. Fasilitas yang disediakan disini berupa jasa pembersihan mobil dan penyediaan accessories mobil.

1.2.3. Persyaratan Ruang

Untuk mendukung kelangsungan kegiatan-kegiatan yang ada dengan baik dan efisien maka diperlukan persyaratan khusus pada ruang-ruang tertentu. Ruang-ruang tersebut antara lain :

a. Fashion and Beauty Store

- Lighting yang dapat mendukung karakteristik barang yang ada di display.
- Penghawaan menggunakan penghawaan buatan.
- Struktur plafon atau atap cukup kuat untuk menahan beban papan promosi.
- Terdapat ruang pas untuk mencoba (fashion) dan layout untuk mencoba (make up).
- Terdapat ruang etalase untuk mempresentasikan barang didepan toko masing-masing.

b. Salon

- Penyediaan air dingin maupun air panas yang baik.
- Penggunaan penghawaan buatan.
- Memperhatikan limbah pembuangannya.
- Menyesuaikan fixture utilitas dengan penataan layout ruang.
- Menyediaan kontak listrik untuk mendukung kebutuhan penggunaan alat-alat listrik.

c. Sport Center

- Karena menjadi sumber kebisingan hendaknya diadakan penanganan khusus sehingga tidak mengganggu aktifitas lainnya.
- Penyediaan distribusi air dingin dan panas bersih.
 - Fitnes, Aerobik dan Yoga
 - Penghawaan buatan.
 - Penyediaan listrik dan pendistribusian loudspeaker dan player.
 - Terdapat cermin yang dipasang seluas dinding.
 - Renang
 - Terdapat sistem filterisasi untuk air dikolam renang.
 - Adanya perbedaan kedalaman yang berbeda untuk pengguna yang berbeda (dewasa dan anak-anak).
 - Penyediaan pancuran terbuka untuk pembilasan.
 - Kamar mandi terletak tidak jauh dari kolam renang dan berbeda dengan kamar mandi fasilitas olah raga lainnya.
 - Squash
 - Penghawaan buatan.
 - Terdapat ruang tunggu atau transit.
 - Lantai yang digunakan adalah lantai kayu.
 - Dinding pemisah terbuat dari fiber glass.

d. Social Center

- Penghawaan buatan.
- Penyediaan ruang privat untuk pertemuan penting.
- Adanya fasilitas tambahan billiard.

e. Car Accessories

- Penyediaan ruang tunggu.
- Adanya bengkel accessories mobil.

1.2.4. Analisa Kebutuhan Ruang

Dalam penentuan kebutuhan jumlah ruang dan penentuan kapasitas ruang yang ada dibangunan ini adalah melalui perkiraan sebagai berikut :

1. Fashion Store

Banyaknya store yang disediakan sesuai dengan banyaknya merek produk fashion yang bertaraf internasional dan menjadi sasaran dan kegemaran kaum menengah keatas. Adapun merek-merek tersebut terdiri atas :

Cerruti, Hugo Boss, Mark Jacobs, Helmut Lank, Gucci, Guess, Next, Salvatore Ferragamo, Bulgari, Boss, Alfred Dunhill, Donatella Vercase, Giorgio Armani, Ermenegildo Zegna, Prada, G2000, Jockey, Homme, Calvin Klein, Victoria Secret, Dolce & Gabbana, Ralph Lauren, Jil Sander, Neil Barret, Etro Pringle, Valention, Esprit, Alexander McQueen, Baleno, Bassini, Giordano, Yonki Komaladi, Beetle Bug, Patrick Cox, Bruno Mugli, Adidas, Reebok, Benetton, Banana Republic, Braun Buffel, Polo, Diésel, Jago, Aigner, Rockport, Nike.

Label fashion tersebut menyediakan segala kebutuhan fashion mulai dari busana formal dan informal, underwear, sepatu, assesoris dan parfum, banyaknya fashion store yang tersedia adalah 25 buah.

2. Beauty Store

Penentuan kebutuhan akan jumlah store adalah banyaknya merek produk make up, parfum, perawatan tubuh, perawatan rambut yang bertaraf internasional. Adapun merek-merek tersebut terdiri atas :



Wella, L'oreal, Clinique, Simple, Intergreen, ROC, Armand Basi, Laliqne, Issey Miyake, Lanvin, Joop, Aramis, Tommy Hilfiger, Marks & Spencer, Bulgari, Dove, PAC, Ultima, Elizabeth Arden, BodyShop, Red Earth, Revlon, Kenzo, Davidoff dan Kirei.

Sehingga dari label diatas beauty store yang dibutuhkan sebanyak 15 buah.

3. Store Pelengkap

Penentuan kebutuhan pada fungsi ini dilihat dari kegemaran kaum metroseksual dan laki-laki tradisional sebagai target yang ingin disentuh, anak-anak dan wanita sebagai pelanggan tetap dan juga sebagai seseorang yang dapat mempengaruhi target pemasaran yang baru. Kegiatan-kegiatan tersebut menghasilkan berbagai jenis toko seperti :

Toko buku (untuk buku-buku import), toko mainan (untuk anak-anak dan permainan hobby untuk dewasa), toko kaset (terutama untuk aliran jazz, klasik dan rock kontemporer), toko elektronik dan supermarket.

4. Sport Center

Fungsi ini merupakan salah satu alat untuk mendekati dan mempengaruhi laki-laki tradisional untuk mengikuti kebiasaan metroseksual. Fasilitas dan asumsi dalam kebutuhan ruang ini sebagai berikut :

- Fitnes

Penentuan luasan dilihat dari peralatan fitnes yang tersedia, dan peralatan tersebut terdiri atas :

Treadmill, situp equipment, angkat beban, multi function equipment dan bicycle.

- Aerobik

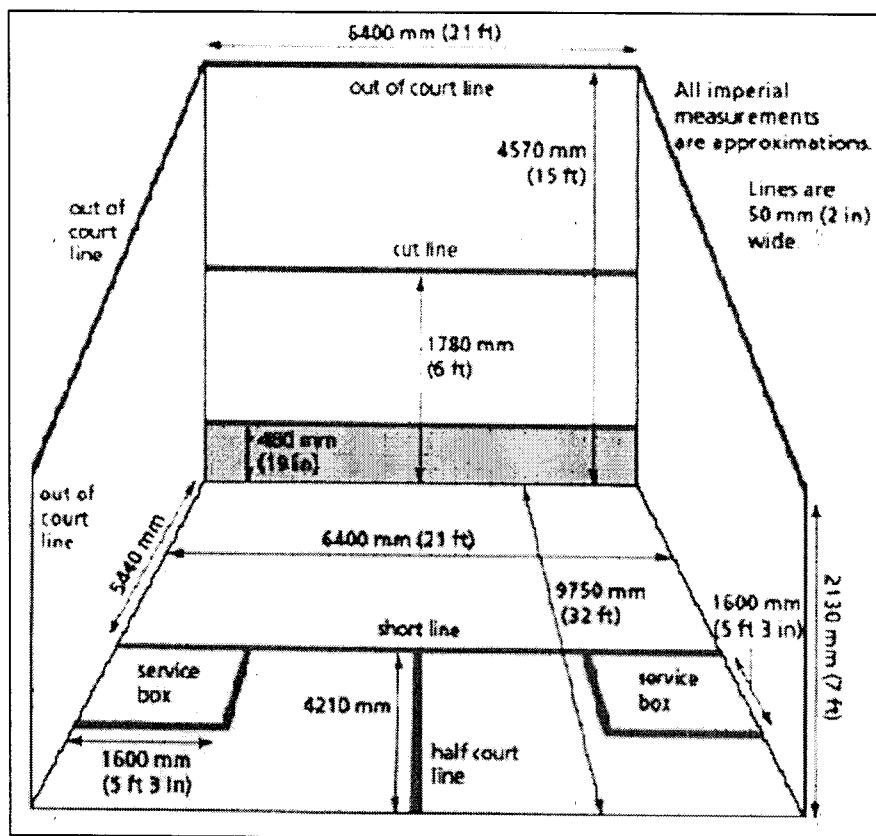
Penentuan besaran pada ruang ini adalah luasan dari gerakan maksimal pada gerakan olah raga ini dan perlu diperhatikan jarak aman antara peserta satu dengan lainnya

- Renang

Sesuai dengan standar minimum untuk pengguna yang bukan atlet renang sehingga kedalaman 80-1250 cm dan luasan lebih fleksibel karena sifat kolam renang disini rekreasi

- Squash

Standar luasan squash court 61,76 m² dengan kapasitas 2 orang, sehingga diasumsikan suatu group akan cukup dengan menggunakan 2 lapangan court



Gambar 1.4 Standar Ukuran Squash Court

Sumber : www.google.com

- Kamar mandi, loker dan Sauna

Penentuan dari jumlah loker yang tersedia adalah 2x asumsi dari kapasitas ruang fitnes untuk pria dan wanita masing-masing. Kebutuhan kamar mandi diasumsikan 10% dari kapasitas fitnes center pada masing-masing kamar mandi pria dan wanita. Fasilitas sauna disini hanya bersifat pengenalan agar nantinya tertarik untuk melakukan perawatan di salon sehingga luasannya sesuai standar minimum untuk sauna dalam group.

5. Social Center

Kebutuhan coffe shop dan lounge diasumsikan dari jumlah pertokoan yang ada yaitu setiap 10 toko terdapat 1 fasilitas ini. Karena sifatnya informal dan suasana yang lebih rileks maka luasan/orang untuk kegiatan santai.

6. Car Accessories

Penentuan kapasitas mobil yang dapat ditampung pada fasilitas ini adalah melalui asumsi 10% dari kapasitas area parkir mobil sebagai berikut : $5\% \times 73 \text{ mobil} = 4 \text{ mobil}$.

BAB II

KAJIAN KONSEP DAN TEORI

2.1. TINJAUAN KHUSUS MODE

Kata *fashion* berarti gaya yang selalu baru dan berberubah-ubah bisa diterapkan pada berbagai hal, seperti pakaian, perabotan, dekorasi atau barang-barang elektronik⁵. Dalam bahasa Inggris berarti cara, gaya ataupun kebiasaan namun dalam perkembangannya hakekatnya adalah sebagai mode, cenderung digunakan untuk menunjukkan gaya pakaian pada masa tertentu.

Dalam perkembangannya aliran perubahan mode terbagi atas 4 macam⁶ :

- a. *Aliran Classic*, yaitu aliran dari masa ke masa. Hampir tidak mengalami perubahan dalam penampilan busana. Contoh : pakaian adat, busana kerohanian, seragam militer.
- b. *Aliran New Classic*, yaitu aliran yang lambat mengalami perubahan dalam penampilan busana, perubahan yang terjadi berkisar setiap sepuluh tahun sekali. Misalnya busana pria dan wanita dewasa.
- c. *Trend*, yaitu dalam aliran dalam dunia mode yang sering mengalami perubahan penampilan busana sekitar setahun sekali, bahkan sering terjadi dalam satu aliran terjadi beberapa tema atau gaya contohnya gaya pakaian tahun 1970 (trend 70-an).
- d. *Aliran New Waves*, yaitu aliran dalam dunia mode yang mengalami perubahan cepat sekali dalam penampilan berbusana, sekita 3 bulan sekali.

⁵ Barry, Sir Gerald, *The Art. Man's Creative Imagination*, Doubleday & Company Inc, New York.

⁶ PAPMI, 1988, Diktat Penduan Umum Merancang Mode

Jenis pakaian menurut kualitas dan kuantitas produksinya terbagi dalam 3 kategori, yaitu:

1. *Houte Couture*; adalah jenis pakaian berselera dan bermutu tinggi dengan bahan-bahan yang dipilih dengan cermat, rancangan dipelajari secara mendalam, pola-pola disiapkan secara mendetail dan dikerjakan oleh tenaga-tenaga ahli atau terlatih. Pakaian jenis ini 80% dikerjakan dengan tangan. Contohnya adalah jenis-jenis pakaian berdasarkan berdasarkan pesanan atau pakaian yang diperagakan untuk memperkenalkan garis-garis rancangan baru dengan bahan dan warna baru.
2. *Semi Houte Counture*; merupakan jenis *Houte Couture* yang diproduksi sejumlah tertentu dan sekian proses pekerjaan tangan diambil alih oleh mesin. Produk ini sifatnya lebih komersial, agar harga pakaian yang bermutu bisa lebih ditekan dan produsen mengalami peningkatan bisnis. Sifat pakaian ini adalah eksklusif namun tidak unik.
3. *Ready to Wear/Pret-a-porter*; adalah produk pakaian dalam jumlah besar dan untuk dipasarkan secara luas, sehingga hasilnya dapat dinikmati sebagian besar konsumen, sehingga dapat disimpulkan beberapa sifat fashion sebagai berikut :
 1. Bebas, penuh surprises
 Karena banyaknya perubahan-perubahan setiap saat sehingga mode selalu memberikan kejutan-kejutan bagi pemerhatinya
 2. Dinamis, tidak monoton
 Berkembangan mode secara variatif
 3. Menonjolkan diri
 Mode seringkali dimanfaatkan untuk menarik perhatian orang lain dengan berbagai cara sehingga lebih menonjol dari orang lain
 4. Berputar/perulangan, mengalir
 Suatu gaya yang sudah lalu dapat menjadi 'in ' lagi pada suatu masa, sehingga fashion merupakan siklus yang selalu berputar

5. Beradaptasi

Walaupun pada dasarnya sama namun fashion sangat beragam karena selalu beradaptasi dengan tempat ataupun waktu

2.2. TINJAUAN KHUSUS KECANTIKAN

Kecantikan atau keindahan adalah suatu kualitas yang menggembirakan dan menyenangkan dalam rupa-rupa hal seperti corak, warna, bentuk, rupa, suara, tingkah laku, sikap dan sebagainya⁷. Dapat disimpulkan bahwa kecantikan tidak hanya sesuatu yang terlihat oleh panca indera mata kita namun termasuk didalamnya pengendalian tingkah laku dan emosi kita dalam berperilaku.

Perawatan kecantikan pada pokoknya dapat digolongkan dalam 2 kelompok besar yaitu⁸:

1. Kecantikan Rambut

Rangkaian perawatan dan penataan pada rambut yang terdiri dari :

- a. Membersihkan rambut
- b. Pemangkasan rambut
- c. Pengeritingan dan pelurusan rambut
- d. Pemberian dan penghilangan warna
- e. Penataan

2. Kecantikan Kulit

Yaitu rangkaian perawatan kulit tubuh, wajah dan riasan pada wajah yang terdiri atas :

- a. Pengurutan/massage
- b. Perawatan kaki, tangan dan kuku

⁷ WJS Purwadarminta, Kamus Bahasa Indonesia

⁸ Brosur-brosur akademis dari ATK Tarakanita

- c. Make up (rias wajah) yang terbagi atas:
- make up sehari-hari
 - make up panggung
 - make up film
 - make up foto

Kecantikan identik dengan kosmetika, di Indonesia kosmetika yang tersedia dipasaran terbagi atas :

a. Kosmetika Tradisional

Kosmetik yang tidak dicampur dengan bahan pengawet.

b. Kosmetik Semi Tradisional

Kosmetika yang mengandung unsur dan bahan tradisional dicampur dengan bahan kimia yang diolah secara modern.

c. Kosmetik Modern

Kosmetika yang memakai bahan-bahan kimia diproses secara modern.

d. Medical

Kosmetika yang diracik berdasarkan konsepsi ahli medis oleh tim ahli kosmetika seperti dokter kulit, ahli farmasi, dll.

2.3. TINJAUAN FASILITAS KOMERSIAL

Kegiatan komersial adalah kegiatan perniagaan, pembelian atau penjualan barang-barang atau penyediaan jasa. Fasilitas Komersial adalah sarana prasarana untuk melakukan kegiatan komersial.

Sifat dari kegiatan ini adalah selalu berorientasi pada perolehan keuntungan (profit). Dasar kegiatan ini adalah prinsip ekonomi yaitu dengan pengorbanan sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Biasanya kegiatan ini dilakukan pada wadah yang disebut pasar, pertokoan, mall, dll.

Menurut Morris Ketchum,⁹ pertokoan pada dasarnya sangat sederhana, yaitu merupakan jajaran bangunan yang mempunyai fasad muka yang digunakan untuk menawarkan dan mempromosikan usaha yang ada didalamnya. Menurut luasannya pertokoan digolongkan menjadi 2 (dua) :¹⁰

1. Unit kecil (*shop units*), adalah retail yang mempunyai area penjualan kurang dari 400 m². Biasanya barang-barang yang diperjual belikan satu jenis barang atau lebih. Pengguna biasanya menempati sekaligus dua atau lebih unit pertokoan yang panjang tiap-tiap unitnya sampai 20 m. Kios berukuran 15 m² juga termasuk dalam kategori ini.
2. Unit Besar (*stores*), adalah retail yang mempunyai area penjualan lebih dari 400 m². Kategori ini terbagi atas :
 - a. *Departement stores* : perbelanjaan yang menawarkan barang-barang yang sangat beragam dengan area penjualan lebih dari 10.000 m² atau bahkan 20.000 m²
 - b. *Variety Store* : merupakan perbelanjaan yang mempunyai area penjualan 1000 m² sampai 8000 m² dengan berbagai jenis barang yang ditawarkan dengan rak-rak dan sistem pelayanannya self-selection
 - c. *Special Store* : merupakan perbelanjaan dengan luasan area penjualan berkisar 500 m² sampai 5000 m² dan barang-barang yang diperjual belikan diutamakan adalah pakaian dan perlengkapannya

Barang-barang yang ditawarkan dalam pertokoan juga sangat beragam¹¹. Jenis-jenis barang yang ditawarkan dalam pertokoan tersebut yaitu :

1. *Impluse good*; merupakan barang-barang mewah dan hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu seperti parfum, perhiasan,

⁹ Ketchum, Morris, Ir, F.A.I.A, *Shop and Store*, Reinhold Publishing Corp, 1957

¹⁰ Fries, RI Northen & M. Haskoll Friba Arias FFB, *Shopping Center*, College of Estate Management, March 1977

¹¹ Ketchum, Morris, Op.Cit

aksesoris wanita, kado dan lain-lain, biasanya ditawarkan dengan menarik pada entrance.

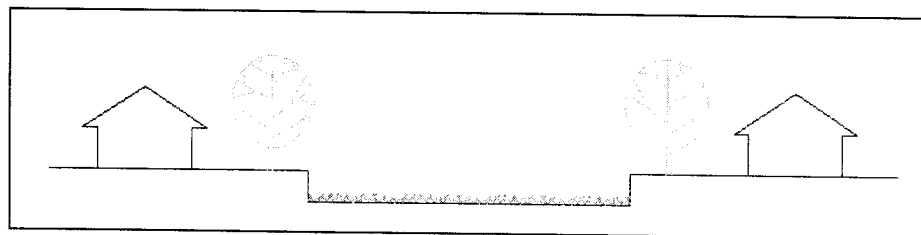
2. *Convenience goods*; merupakan barang-barang pokok yang diperlukan sehari-hari seperti makanan dan minuman. Penawarannya dengan sederhana dan jelas.
3. *Demand goods*; adalah barang-barang kebutuhan sekunder seperti pakaian, perabot dan peralatan rumah tangga. Penataannya disusun sedemikian rupa sehingga pengunjung bergerak terus menerus.

2.4. TINJAUAN KHUSUS MALL

Dalam konteks bangunan komersial mall dijadikan pembanding dimana terdapatnya kesamaan karakteristik hal-hal tertentu. Mall merupakan wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota dan lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul dan berekreasi¹². Bentuk Mall menurut Maithland Bary¹³ adalah :

1. Mall Terbuka (Open Mall)

Mall tanpa pelingkup, terbuka langsung terhadap cahaya matahari sehingga memberi kesan luas dan cocok untuk daerah udara sedang. Tetapi berpengaruh pada kenyamanan terhadap gangguan cuaca karena letak retail yang terpisah-pisah.



Gambar 2.1 Konsep Mall Terbuka

Sumber : Rubenstein H.M, Central City Mall, 1978

¹² Nadine, Bendington, Design For Shopping Center, Bitterworth Design Series, London, 1982

¹³ Maithland Bary, Shopping, Planning and Design, Nichols Publishing Co, New York, 1987



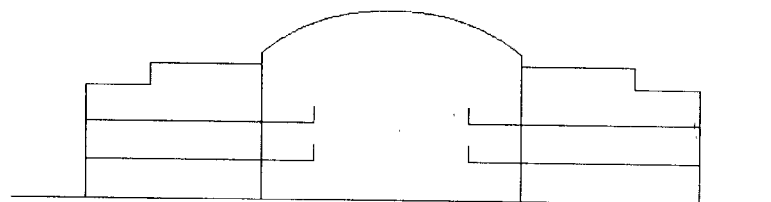
Gambar 2.2 Contoh Mall Terbuka

Sumber : www.disordered.com

Mall terbuka menempatkan pejalan kaki pada daerah diantara pertokoannya. Kenyamanan pada mall ini tergantung oleh daerah bayang-bayang matahari yang terbentuk diantara pertokoan tersebut.

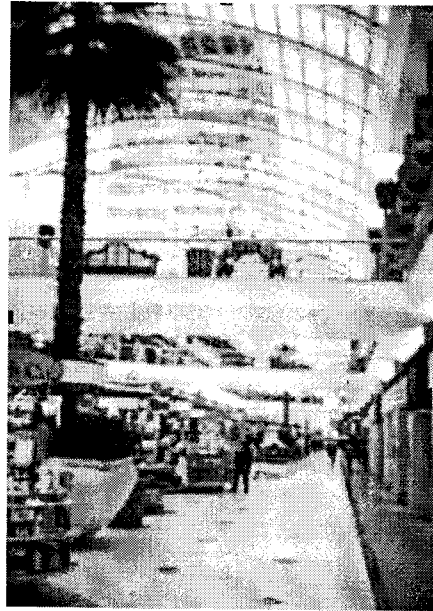
2. Mall Tertutup (Enclosed Mall)

Mall dengan pelingkup atap dan berupa bangunan lengkap, dimana penjual pembeli berlindung dari cuaca karena bangunan tertutup dan terkontrol sehingga dimungkinkan terjadi interaksi sosial. Biasanya dilengkapi dengan fasilitas rekreasi seperti tempat duduk, taman, ruang pameran dan perlengkapan lainnya.



Gambar 2.3 Konsep Mall Tertutup

Sumber : Rubenstein H.M. Central City Mall, 1978



Gambar 2.4 Contoh Mall Tertutup

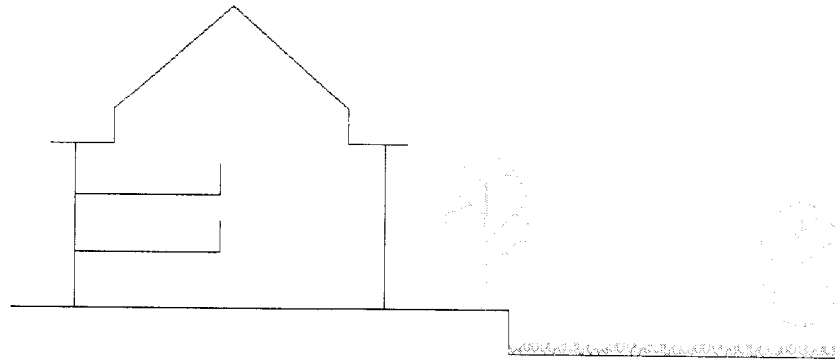
Sumber : www.google.com

Bentukan ini dalam rangka untuk mewujudkan bentuk yang lebih kompak dan efisien. Dengan menerapkan mall terbuka pada ruang tertutup kenyamanan dapat terjaga dan nilai komersil tiap kios menjadi relatif sama.

3. Mall Terpadu (Integrated Mall)

Merupakan gabungan dari 2 bentuk mall diatas. Bentuk ini timbul untuk mengantisipasi atau menontrol penghawaan, keborosan energi serta mahalnya biaya perawatan. Mall jenis ini memerlukan area sirkulasi yang cukup luas.

Mall berada diluar maupun didalam sehingga konsumen memiliki keleluasaan dan alternatif sirkulasi untuk pencapaiannya. Mall bentuk ini memerlukan area sirkulasi yang cukup luas.



Gambar 2.5 Konsep Mall Terpadu

Sumber : Rubenstein H.M. Central City Mall, 1978



Gambar 2.6 Contoh Mall Terpadu

Sumber : www.google.com

Bagian-bagian Shopping Mall sehingga adanya kesamaan nilai komersial pada setiap unit kios¹⁴ :

1. Anchor (Magnet)

Berfungsi sebagai land mark, dalam shopping mall biasanya berupa plaza.

2. Secondary Anchor (Magnet Sekunder)

¹⁴ Rubenstein H.M, Central City Mall, 1978

Merupakan transformasi dari 'distrik' biasanya berupa retail store, supermarket, super store dan bioskop.

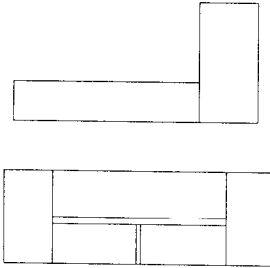
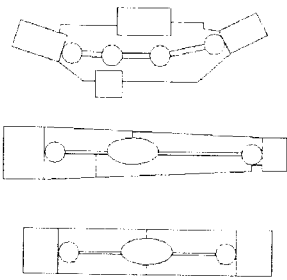
3. Street Mall

Transformasi dari 'pathe', perwujudanya berupa pedestrian/ sirkulasi yang menghubungkan magnet-magnet.

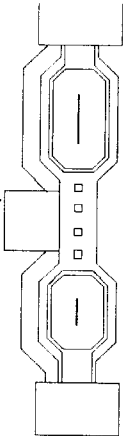
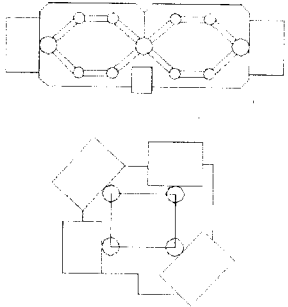
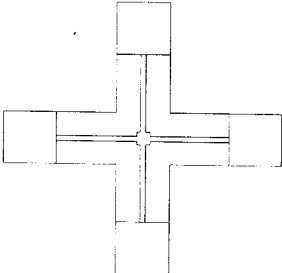
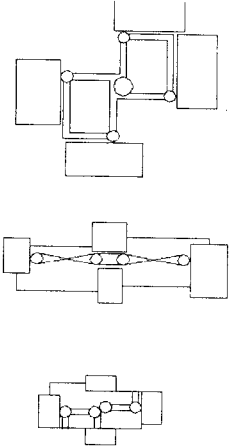
4. Landscaping (pertamanan)

Transformasi dari 'edges', berupa taman pembatas shopping mall dengan tempat luar.

Pola Shopping Mall dalam kaitanya penyebaran dan hubungan Anchor¹⁵ diperlihatkan pada Tabel berikut ini :

Bentuk Dasar	Variasi bentuk	Uraian
Linear Configuration		
		<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi linear sederhana akan mudah dipahami dan tdk membingungkan namun menimbulkan kemonotonan • Penataan ruang berpola <i>dumb bell</i> sehingga ruang-ruang akan mendapatkan nilai ekonomis yang sama

¹⁵ Lion Edgar, P. Eng. Shopping Center Planning Development and Administration, 1975

Loop Configuration		
		<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk lebih kompleks dengan space yang lebih variatif • Memungkinkan menampilkan suasana yang berbeda pada tiap space di dalam bangunan • Memungkinkan mendapatkan orientasi yang berbeda pada tiap sisi bangunan
Cluster Configuration		
		<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi cenderung membingungkan, melelahkan dari segi visual karena pandangan beberapa kali tertuju pada pusat bangunan • Tiap ruang memiliki nilai ekonomis yang sama • Memungkinkan perencanaan Anchor yang lebih banyak

Pada bangunan fashion and beauty center ini bentukan dasar dan hubungan achornya yang diambil adalah bentukan cluster configuration. Dengan keterbatasan jangkauan interior visual yang dimiliki pada bentukan ini dapat dimanfaatkan sebagai pusat kegiatan dalam bangunan yang bertujuan untuk mempengaruhi pengunjung untuk ikut serta





didalamnya. Sedangkan agar kegiatan tersebut tercapai maka pengaruh atau pemecah perhatian dalam ruang luar harus diminimalkan.

2.5. TINJAUAN KHUSUS METROSEKSUAL

Metroseksual berasal dari Yunani, metropolis ditambah seksual yang didefinisikan sebagai sosok narsistik dengan penampilan dandy, yang jatuh cinta tidak hanya pada dirinya sendiri, tapi juga pada kehidupan urban¹⁶. Sebutan ini konon muncul pertama kali tahun 1994.

Kebudayaan ini muncul di Indonesia sebagai akibat demam clubing dan juga kesadaran akan pentingnya penampilan dikalangan eksekutif muda, anggapan bahwa orang yang berpenampilan menarik akan lebih sukses karena mendapatkan kepercayaan dari kliennya¹⁷.

Menariknya kata metroseksual hanya diperuntukan bagi kaum laki-laki dengan kemampuan ekonomi yang mapan (menengah keatas), sehingga yang menjadi target fashion yang dituju oleh kaum ini adalah barang-barang bermerek (*branded*).

Kebudayaan baru kaum lelaki ini makin berkembang dimana mereka mulai berani menunjukkan sisi feminim mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari kebiasaan-kebiasaan mereka yang suka berbelanja, suka ngerumpi berjam-jam di kafe, tidak tabu untuk berdandan dan memanjakan diri lama-lama disalon dan sangat fashion oriented, mereka selalu update terhadap model baju¹⁸. Pada umumnya mereka mempunyai sifat-sifat yaitu *romantis, realistis, loyal, open minded, easy going, pekerja keras, tetapi juga tidak melupakan kesenangan hidup*.

Sedangkan fenomena yang terlihat pada pria tradiasional (yang belum menjadi metroseksual) bahwa pria tersebut mendambakan wanita ideal tidak hanya kecantikan yang menjadi pertimbangan namun kelembutan dan kepintarannya. Terlihat juga makin banyaknya para bapak-bapak muda yang berbelanja sambil menggendong anaknya yang

¹⁶ Litbang, D-net, Jawapost

¹⁷ Savana, 13 April 2004

¹⁸ Yuswohady, *Chief of Corporate & Strategy*, Practice mark Plus & Co, 28 April 2004

masih kecil atau hanya sekedar jalan-jalan dengan anak dan istrinya di mal-mal pada sore hari atau akhir pekan¹⁹. Dari hal tersebut pada dasarnya para lelaki tersebut sedang menjadi metroseksual.

Kesan yang masih diterima dimasyarakat adalah seorang lelaki metroseksual akan kehilangan “kelelakiannya” karena dia sangat memperhatikan penampilan dirinya. Sedangkan pada kenyataannya hal tersebut tidak akan terjadi bahkan seorang metroseksual tetap dapat melakukan olah raga ekstrim sekalipun. Seperti halnya David Beckham sebagai icon metroseksual dunia dia tetap bermain sepak bola.

Pada dasarnya treatment yang dilakukan mereka tidak terlalu rumit dibandingkan wanita. Kerena pada dasarnya mereka tidak menyukai berlama-lama disalon. Adapun treatment yang sering dilakukan adalah creambath, spa (sauna, pijat, refleksi, massage, arome terapi), pedicure dan hair cut. Selain treatment mereka juga rajin berolah raga, membaca buku, mendengarkan musik bahkan sebagian ada yang bisa memainkannya, perlengkapan elektronik lainnya seperti jam (DKNY, Guess, Next, Nike, Casio), PDA/ smartphone, notebook atau sub-notebook yang portable²⁰.

2.6. TINJAUAN KEGIATAN PENDUKUNG SPORT CENTER

Olah raga adalah kegiatan pengolahan fisik dan energi sehingga menciptakan kompetisi diantara pelakunya²¹. Adapun macam-macam olah raga menurut sifatnya :

1. Olah Raga Tantangan dan petualangan; dimana olah raga ini tidak hanya mengolah fisik namun juga memiliki ketegangan yang cukup tinggi, memerlukan peralatan dan keahlian khusus bagi pelakunya karena banyaknya kemungkinan terjadi kecelakaan yang fatal, seperti panjat tebing, bungejumping, surfing, rafting, terjun payung, dll

¹⁹ Hermawan Kartajaya, *Suara Merdeka*, 14 Agustus 2004

²⁰ Balipost, *Bisnis dan metroseksual*, 22 April 2005

²¹ eLook . org

2. Olah Raga Kebugaran; olah raga ini lebih sederhana dan simple bisa dilakukan dimana saja. Walaupun memerlukan peralatan dan fasilitas pendukung untuk memperolehnya tidak terlalu sulit. Olah raga tersebut antara lain seperti jogging, badminton, tenis, renang, fitness, bersepeda, squash dll
3. Olah Raga Terapi; yang dimaksudkan disini adalah olah raga yang melatih perpaduan antara kekuatan fisik dan juga pengendalian jiwa dan emosi, seperti yoga, reiki, dll

Untuk dapat mengajak pria tradisional untuk menjadi metroseksual pendekatan yang dilakukan adalah dengan olah raga. Sedangkan olah raga yang dapat mempresentasikan pengunjung bangunan ini (metroseksual) dan juga digunakan untuk mempengaruhi pengunjung adalah :

- Fitness dan Aerobik

Merupakan olah raga yang merepresentasikan kehidupan masyarakat urban.

- Squash

Dianggap dapat disejajarkan dengan olah raga tenis yang merupakan olah raga yang bergengsi bagi kalangan atas. Dimana pada olah raga squash ini luasan lapangan tidak terlalu luas dan juga dengan karakter tertutupan lapangannya (indoor) dipastikan akan disukai oleh orang-orang yang sangat memperhatikan penampilan (menghindari matahari, dll).

- Kolam Renang

Olah raga ini dapat mempresentasikan fashion and beauty secara keseluruhannya. Dimana pelaku kegiatan ini sangat dituntut untuk

berpenampilan bagus, dalam proporsi tubuh keseluruhan, keindahan kulit, dan juga model pakaian renang yang digunakan.

- Yoga

Dengan kesibukan dan tekanan yang dirasakan dalam kehidupan sehari-hari maka masyarakat urban mulai beralih keolah raga terapi untuk menyeimbang jiwa dan raga mereka.

2.7. STRATEGI DESAIN

Dengan fungsi bangunan yang bersifat komersial dengan target pasar dari kalangan menengah keatas dimana kaum laki-laki sebagai sasaran utama yang dituju. Maka hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan selanjutnya sebagai berikut :

1. Mewah dan Berkelas

Karena nilai barang yang ditawarkan dan sasaran pasar maka kesan ini harus dapat diwujudkan baik di fasad dan interior bangunan. Didalam interior bangunan hal tersebut dapat terwujud dengan memberikan kontras pada ukuran bangunan dengan pelaku kegiatan, ruang sirkulasi yang cukup besar sehingga memberikan kenyamanan.

2. Maskulin

Salah satu tujuan dari bangunan ini adalah mengajak pria tradisional untuk menjadi metroseksual maka hal pertama yang harus bisa diwujudkan pada bangunan ini adalah kesan kelelakian tersebut sehingga pria tradisional tersebut tidak akan takut untuk ikut serta didalamnya. Fungsi ruang pendukung juga membantu menjadi magnet.

3. Komersial

Hal yang perlu diperhatikan disini adalah pengaturan sirkulasi dan tata letak toko, lighting pada display, pencahayaan (alami maupun buatan). Sirkulasi hendaknya tidak terlalu rumit walaupun fungsi bangunan ini mengarah pada rekreasi. Pencahayaan lebih banyak menggunakan

buatan untuk penampilan display dan pencahayaan alami (matahari) untuk pencahayaan general (pada luar toko). Usaha lain untuk menarik lelaki tradisional adalah dengan membuat etalase-etalase di area sport center sehingga diharapkan mereka akan tertarik untuk masuk kedalam fashion store yang ada.

4. Feminimisme dari kaum Metroseksual

Hal ini digunakan sebagai tema interior dari bangunan ini. Karena dengan bisa menyentuh sifat metroseksual yang satu ini maka akan memberikan kenyamanan bagi mereka untuk melakukan aktifitas dibangunan ini. Feminimisme yang dimaksudkan disini adalah dengan memfasilitasi kecenderungan sifat mereka yang romantis, realistik, loyal, open minded, easy going dan family oriented.

BAB III

PROSES PERANCANGAN

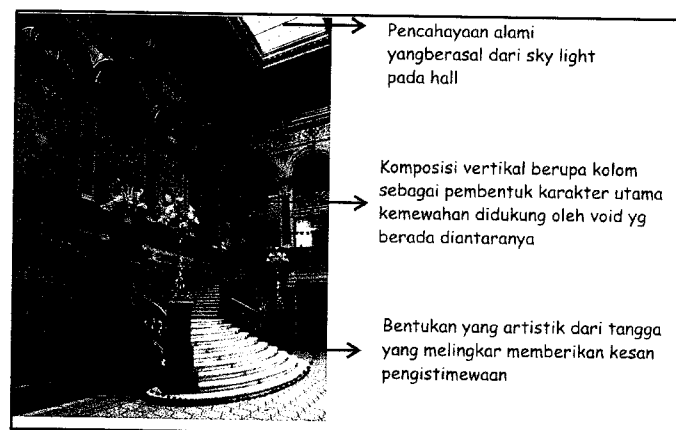
Pendekatan konsep ini merupakan kesimpulan yang didasarkan atas pembahasan pada bab sebelumnya. Dengan tujuan untuk melihat kesamaan konsep terhadap perencanaan dan perancangan Fashion and Beauty Center sebagai wadah komunitas kaum metroseksual yang kemudian disesuaikan dengan kondisi tapak

3.1. PENDEKATAN STRATEGI DESAIN

3.1.1. Pendekatan Mewah dan Berkelas

Kesan mewah dan berkelas sangat erat kaitanya dengan gaya hidup kaum metroseksual. Sedangkan mewah sendiri berarti suatu yang berlebihan dengan maksud memperlakukan sesuatu dengan istimewa atau menghormati sesuatu. Sebagai pembanding kasus digunakan fungsi bangunan opera theater dan hotel berbintang lima karena kesamaan dari tingkat kemampuan pengguna sehingga karakter mewah dan berkelas pasti terdapat dalam bangunan tersebut.

a. Gedung Opera, Ukreini



Gambar 3.1 Tangga Utama Gedung Opera, Ukreini

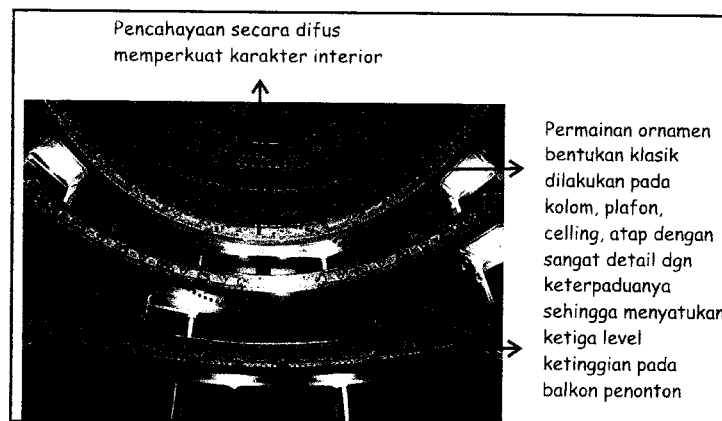
Sumber : www.virtualkiev.com

- Pola Bentuk

Tampilan tersebut terdapat pada akses vertikal utama dari hall utama. Style bangunan yang digunakan adalah art deco. Pada dasarnya dari bentukan dasar art deco itu sendiri merupakan karakter yang kuat dalam pembentukan kesan mewah itu sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dengan didominasinya komposisi vertikal. Namun pada peletakan tangga dibuat dramatis dengan lebar tangga yang besar, bentukan melingkar yang sangat smooth sehingga mengesankan penyambutan dan pengistimewaan, terdapatnya hall didepan tangga dan pembawaan karakter tangga sendiri yang meninggi menjadikan tangga sebagai point penting. Bentuk railing tangga yang mendukung kekokohan dan kesolidan dari perbandingan bentukan struktur vertikal dengan ruang space diantaranya dan yang dihasilkan. Pola bentuk pada ruang dalam opera adalah setengah lingkaran dan juga adanya 3 tingkat ketinggian yang berbeda dimaksudkan agar terdapat kesamaan dalam view yang dilihat pada area panggung.

- Pola Hubungan Ruang

Hubungan antara ruang satu sama lainnya terdapat ruang perantara diantaranya, sehingga privasi sangat terjaga disini. Namun hubungan hall dengan ruang diantaranya adalah saling terkait yang biasanya digunakan sebagai ruang perantara sebelum menuju ke ruang yg lebih privat.



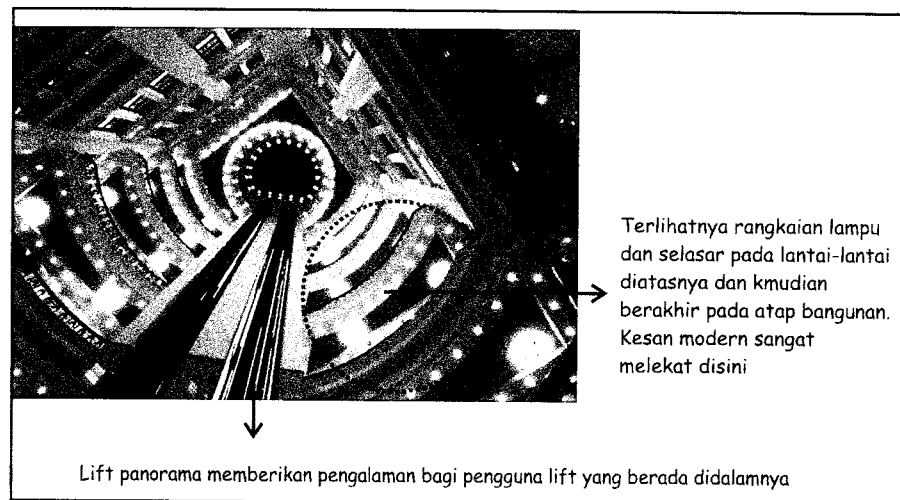
Gambar 3.2 Interior pada ruang pertunjukan

Sumber : www.virtualkiev.com

- Penataan Interior

Permainan accessories terlihat dimana-mana dengan penyelesaian yang mendetail dan pola yang rumit dengan menggunakan bahan berkualitas yang baik. Pemilihan warna-warna yang mengarah natural dan teksture yang natural seperti batu alami, dll. Permainan cahaya bersifat difus pada ruang privat dan direct pada fungsi ruang yang lebih publik (dengan pencahayaan alami dari atap sky light). Pemanfaatan lain untuk mendukung penciptaan pembentukan karakter pada ruang.

b. Premier Palace Hotel di Ukreini



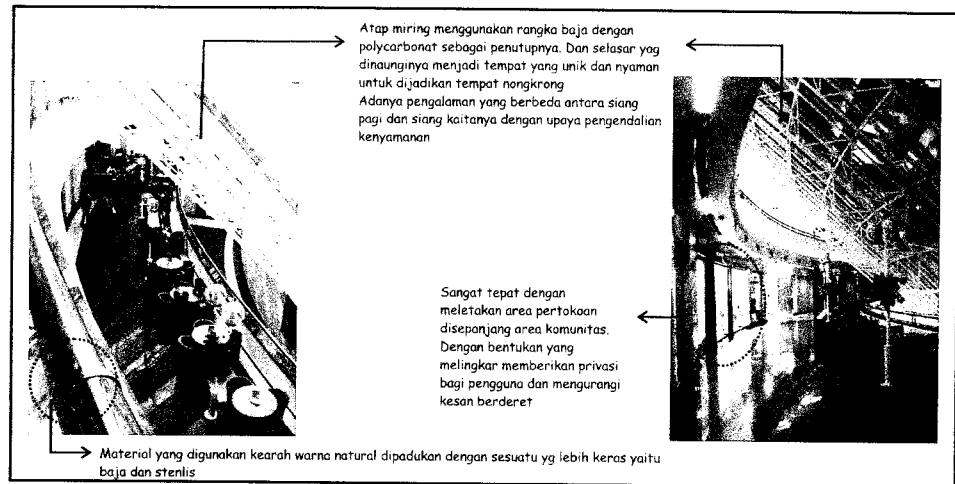
Gambar 3.3 Tampak void dari lantai terbawah

Sumber : www.premier-palace.com

Pada hotel ini ingin menampilkan kesan mewah dengan menampilkan kemodernan dgn keunggulan teknologi dan struktur seperti gambar diatas merupakan tampak yang dapat kita lihat dari lantai terbawah dimana dari sini terlihat urutan lantai-lantainya yang kemudian berakhir dengan tampak atap. Lift panorama sebagai aksis yang mengikat keseluruhan komposisi. Dipertegas dan menjadi lebih dramatis dengan penataan lampu yang ada pada ceiling tiap lantainya.

Selasar pada bangunan ini ada dua kearah dalam dan luar. Pada bagian luar ditutup oleh atap miring sehingga terdapat ruang

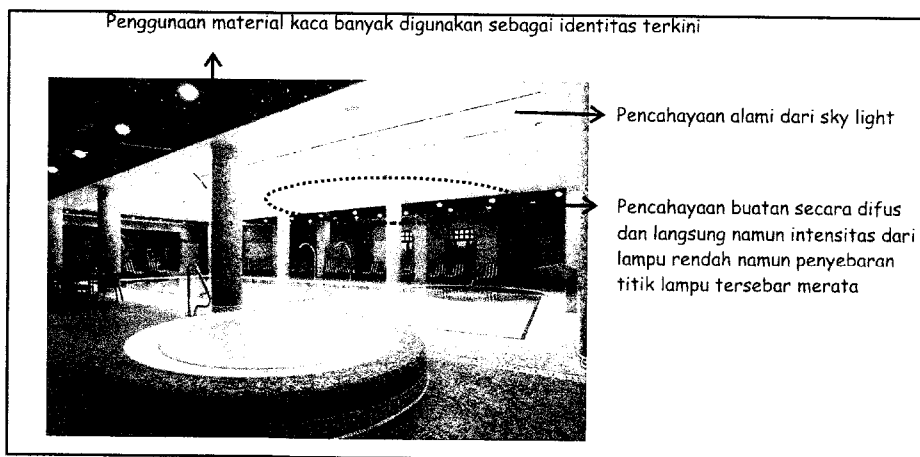
diantaranya yang bisa dimanfaatkan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan lain. Melihat kondisi yang ada, kegiatan yang tepat diletakan disitu adalah area duduk-duduk para pengunjung. Area pertokoan juga akan lebih tepat diletakkan disekitar lokasi duduk-duduk tersebut.



Gambar 3.4 Selasar Hotel

Sumber : www.premier-palace.com

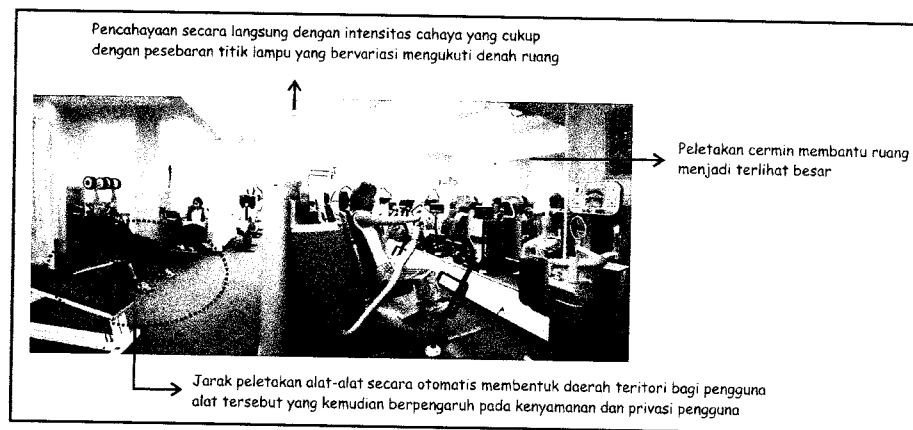
Fasilitas lain yang terdapat yang ada adalah area Sport center yang terdiri dari fasilitas kolam renang, yakuzi, fitness area, sauna dan kamar mandi.



Gambar 3.5 Kolam Renang dan Area Sport Center

Sumber : www.premier-palace.com

Pada area kolam renang pencahayaan dengan pencahayaan alami dan buatan. Alami dari skylight yang berada tepat diatas kolam renang sedangkan pencahayaan buatan terbentuk atas pencahayaan langsung dengan intensitas cahaya rendah namun penyebaran yang merata dan banyak dengan pencahayaan difusi yang keduanya akan membantu untuk pembentukan suasana ruang tersebut. Pengaturan pencahayaan seperti itu agar tercipta privasi didalam ruangan tersebut dan juga membuat suasana ruang menjadi santai. Hal tersebut didukung dengan pemilihan material dan warna yang ada. Warna biru secara psikologis akan membuat ketenangan dan dingin. Dengan penutup celing yang menggunakan kaca memberikan kesan ringan dan luas ruang dan skylight megesankan kebebasan karena dari dalam kolam renang pengguna dapat melihat ke langit bebas. Namun dari itu semua kesan dari bangunan ini adalah sangat modern, mewah dan berkelas.



Gambar 3.6 Fitness Center

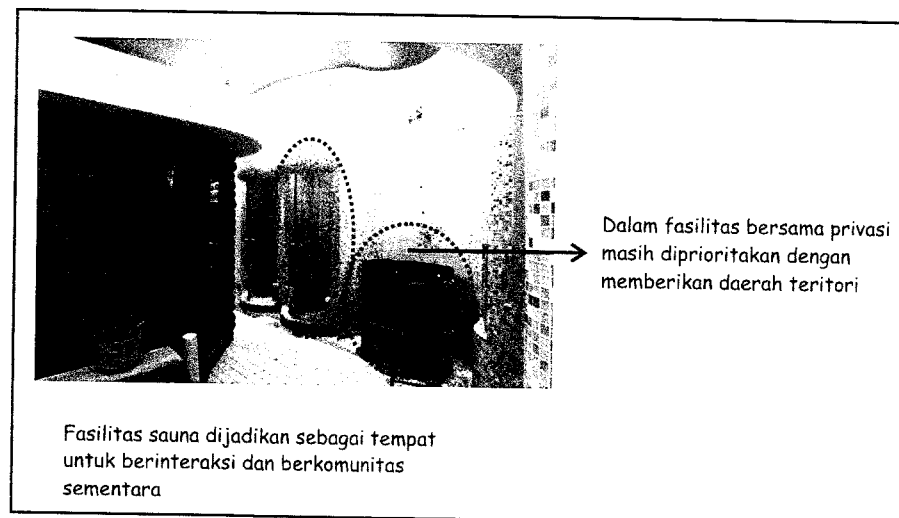
Sumber : www.premier-palace.com

Penataan peralatan fitness dengan sendirinya akan membentuk daerah teritori yang akan memberikan kenyamanan dan privasi pengguna. Juga space untuk memberikan bantuan kecelakaan bila ada sesuatu. Cermin yang digunakan disepanjang dinding selain membantu dalam proses pelatihan juga membuat ruangan menjadi terlihat lebih besar.

Pencahayaan dibuat langsung dengan memberikan intensitas cahaya yang dibutuhkan untuk menerangi ruang tersebut agar terlihat

jelas segala gerakan yang dilakukan diruangan tersebut namun penyebarannya, besaran dan karakteristik dari lampu dapat dibuat bermacam-macam agar bervariasi dan tidak monoton dalam interior desain.

Pada pengaturan kamar mandi dan sauna disatu sisi ruang ini bersifat sangat privat namun disisi lain ruang ini bersifat semi publik karena ini merupakan fasilitas umum untuk pengunjung sport center. Hal tersebut diantisipasi dengan membuat area kamar mandi menjadi lebih privat dan area sauna menjadi semi privat dimana didalamnya terjadi interaksi antar pengguna sauna. Walaupun dengan dilihat fasad dalam pemilihan material kamar mandi tidak bersifat privat hal tersebut tidak menjadi masalah karena pengguna dari ruangan ini berjenis kelamin yang sama. Dari bentuk ruang, perbedaan ketinggian dan pembatas berupa kaca menjadikan adanya daerah teritori yang akan mendukung privasi masing-masing pengguna. Material yang digunakan adalah unsur kayu yang ingin menirukan struktur dinding kayu (glondongan), motif keramik yang abstrak dengan menggunakan warna yang natural.



Gambar 3.7 Interior Kamar Mandi Sport Center

Sumber : www.premier-palace.com

Kesimpulan :

Dari perbandingan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kemewahan terbentuk dari perbandingan perbedaan skala yang cukup

besar dan dramatis sehingga mengesakan mengistimewakan suatu hal. Tersedianya luasan yang sesuai dengan standar aktifitas ditambah dengan luasan daerah sekitar yang berupa daerah teritori. Adanya kebebasan pandangan pengelihatan, detail ornamen yang menghiasi interior bangunan maupun eksterior bersifat natural baik warna atau motif (abstrak) dan bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik an mahal. Terdapat ruang-ruang perantara sebelum memasuki atau keluar dari suatu ruang yang berbeda zona keprivatannya.

Kemewahan dan berkelas bagi kaum metroseksual diartikan sebagai berikut :

Metroseksual merupakan refleksi dari kehidupan modern dimana seluruh tingkah laku dan gayanya selalu mengikuti jaman dan segala perkembangan trend dan teknologi, sehingga kemewahan disini diartikan sebagai:

a. Kaca (transparansi)

Merupakan sebagai simbol dari perkembangan teknologi dimana dengan sifat dari material yang tembus pandang seperti memberikan kekuasaan dan pengistimewaan terhadap seseorang secara psikologis karena mereka dapat melihat kegiatan-kegiatan yang seharusnya tercover. Pembawaan dari material ini sendiri sudah menampilkan kesan elegan.

b. Terdapatnya ruang bebas (daerah teritori)

Dengan adanya ruang bebas disekitar ruang standar yang dimiliki akan memberikan pembebasan view sekitar dan memberikan privasi dan kenyamanan bagi pelaku kegiatan. Presentase ruang bebas terhadap besaran standar tergantung pada jenis kegiatannya. Untuk kegiatan yang berlangsung lama dan menyangkut dengan perasaan emosi (treadment, sport, social) maka asumsi luasan ruang bebas 200-300% dari luasan standar.

3.1.2. Pendekatan Komersial

Karakter dari komersial haruslah dapat ditangkap oleh konsumen karena tujuan utama dari bangunan ini adalah menangkap komunitas pasar kaum metroseksual. Sedangkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan karakter tersebut sebagai berikut²²:

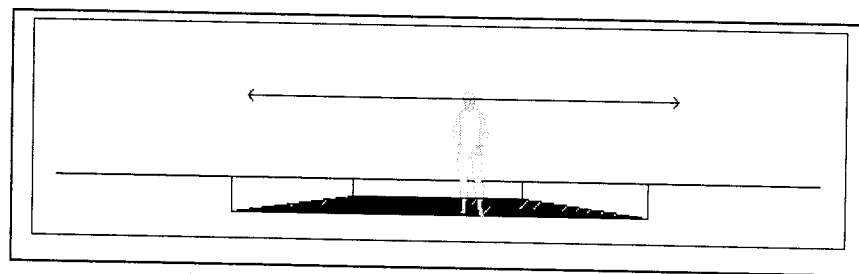
1. Tertangkap oleh mata orang lewat

Hal tersebut tidak perlu karena target pasar bukan masyarakat umum namun orang-orang tertentu yang keanggotaanya diperoleh dengan persyaratan yang khusus.

Sehingga kontinuitas lokasi bangunan ini dengan lingkungan sekitar tidak harus berhubungan. Sedangkan derajat kontinuitas ruang antara kawasan yang diturunkan (penciptaan introvert) dengan daerah sekelilingnya tergantung pada skala perbedaan tinggi bidang-bidang tersebut yang dapat dibedakan sebagai berikut :

- Penurunan bidang jauh dibawah level mata

Karena penurunan bidang yang tidak banyak daerah yang direndahkan tersebut dapat menjadi pemutus dari bidang tanah atau lantai dan tetap merupakan kesatuan bagian dari ruang sekutarnya



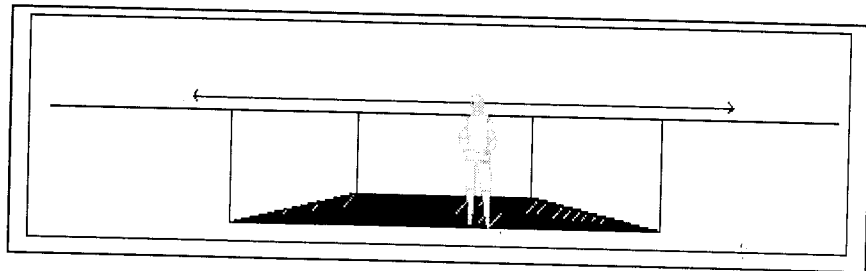
Gambar 3.8 Penurunan ketinggian lantai jauh dibawah garis mata

Sumber : Francis DK Ching, 1996, *Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya*

²² Mun, 1981

- Penurunan bidang didekat ketinggian level mata

Penambahan kedalam bidang yang diturunkan melemahkan hubungan visual bidang tersebut dengan ruang di sekelilingnya dan memperkuat definisi bidang itu sebagai volume ruang yang berbeda

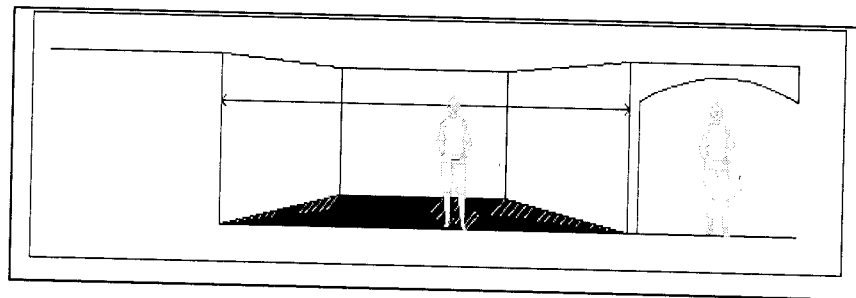


Gambar 3.9 Penurunan ketinggian lantai dekat dengan level mata

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Penurunan dimana bidang dasar berada diatas level mata

Jika bidang dasar awalnya berada diatas level mata kita, maka bidang yang diturunkan menjadi sebuah ruang yang terpisah dan berbeda didalamnya



Gambar 3.10 Penurunan dengan level awal diatas garis mata

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Dari ketiga derajat kontinuitas diatas yang dipilih untuk kasus dalam bangunan ini adalah penurunan dimana bidang dasar berada diatas level mata. Hal tersebut karena ingin terciptanya ruang introvert sehingga dapat mewadahi dan menghasilkan atmosfer komunitas dan privat bagi pengunjung. Sebagai efisiensi pengerjaan tapak pada lokasi site dimana terdapat 4 rentang

ketinggian elevasi tanah yaitu berkisar -0.40 sampai -4.00 terhadap jalan utama (-0.00) penurunan konstan ke arah sungai. Dengan penyesuaian elevasi ketinggian -2.50 (asumsi rata-rata ketinggian tanah yang ada) maka pengerjaan tanah dapat dilakukan dengan cut & fill dan untuk meminimalisasi penambahan volume urugan tanah.

2. *Identitas bangunan (toko) yang memuaskan*

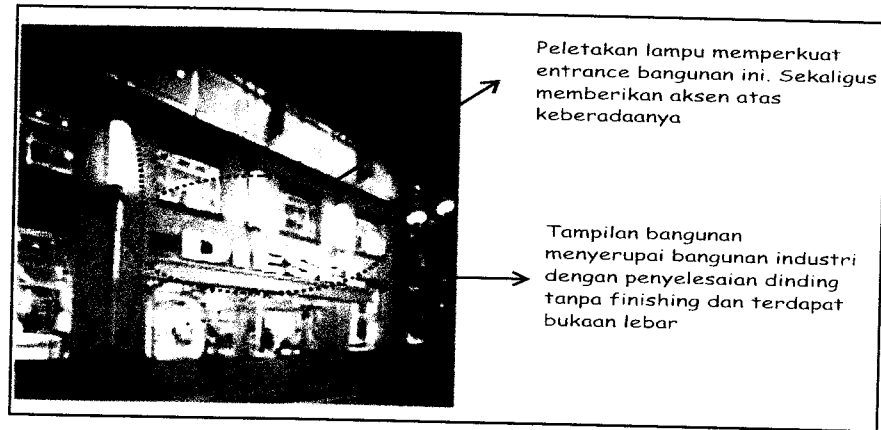
Hal tersebut dibutuhkan sebatas untuk menjadikan bangunan tersebut menjadi suatu simbol dari metroseksual sehingga para pengguna/anggota club merasa bangunan tersebut mempresentasikan dirinya dan akan merasa bangga untuk masuk didalamnya dimana tidak semua orang bisa ikut bergabung.

3. *Cara memamerkan barang dagangan yang menarik*

Penerapan hal tersebut didalam interior dan penataan layout bangunan. Semua itu harus disesuaikan dengan karakter dari pengunjung dan barang yang diperdagangkan. Sebagai perbandingan penampilan interior dan eksterior dengan karakter barang dagangannya dan target pasar

- Diesel Jeans and Workwear Flagship Store, San Francisco, Califo

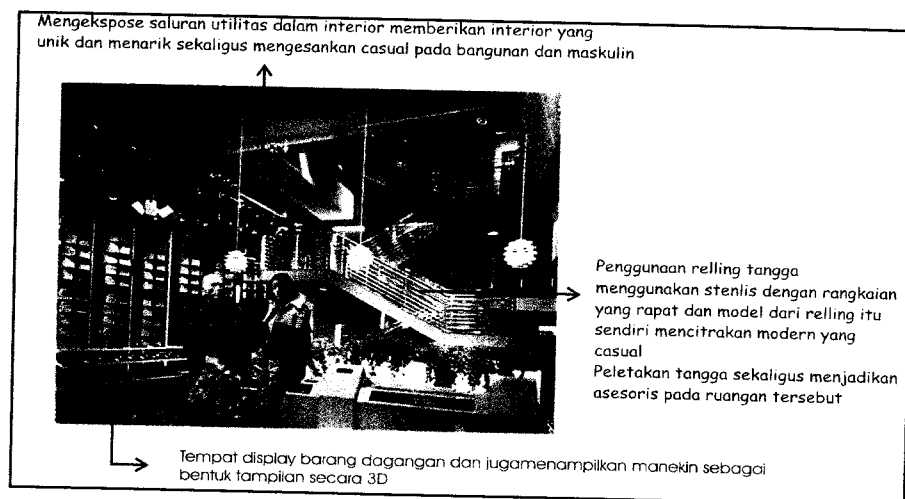
Jenis pakaian yang ditawarkan adalah jenis casual dan refleksi dari pakaian pekerja untuk segala kategori usia (anak-anak dan dewasa).



Gambar 3.11 Tampak Bangunan Diesel Store

Sumber : www.google.com

Tampak bangunan menyerupai bangunan industri dimana dinding tanpa finishing dan terdapat bukaan-bukaan yang lebar. Sebagai aksent entrance dari tampak adalah dengan adanya lampu vertikal yang tingginya sepertiga tinggi bangunan keseluruhanya.

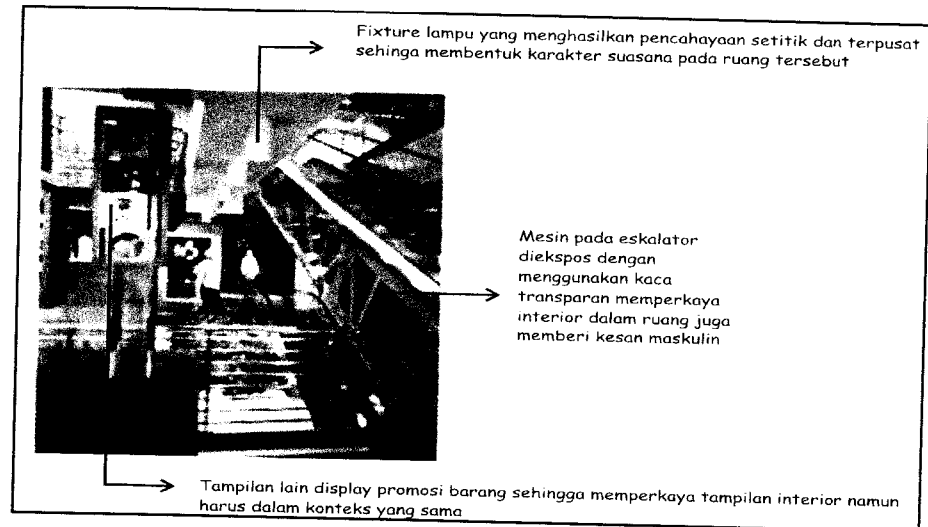


Gambar 3.12 Interior Diesel Store1

Sumber : www.google.com

Pada bagian dalam penampilan lebih lembut karena untuk memberikan kenyamanan pada pengunjung. Dalam perwujudan casual atau sisi maskulinnya dengan menampilkan sisi yang biasa tersembunyi pada bangunan pada umumnya seperti saluran-saluran utilitas, mesin pada eskalator, railing tangga, rangkaian lampu namun semua itu masih dikemas dengan rapi sehingga yang terlihat

adalah rangkaian unik yang memperindah interior dan bukan mengganggu pemandangan dan kenyamanan.



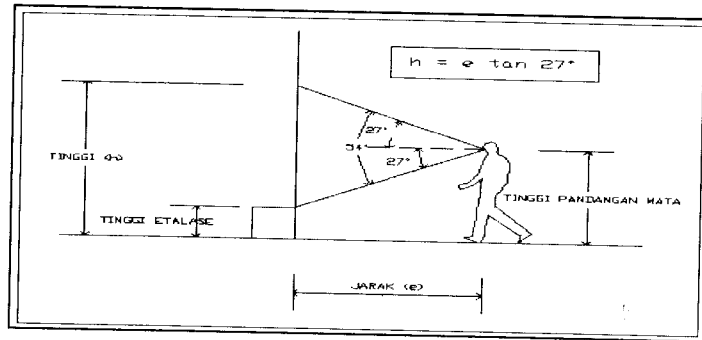
Gambar 3.13 Interior Diesel Store2

Sumber : www.google.com

Kasus bangunan fashion and beauty center dalam pendekatan penerapan display dengan memperlakukan barang dagangan sebagai suatu karya seni yang akan dipamerkan. Yaitu dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

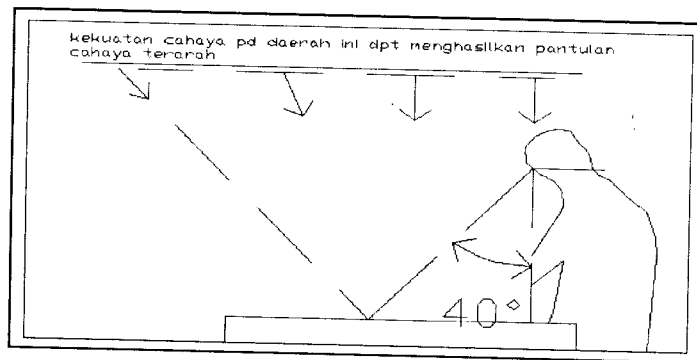
1. Jarak antara tempat display dengan posisi pengunjung, terhadap tinggi obyek pada tempat display
 - Kondisi dimana Pengunjung berada diselar dan obyek display berada disepanjang dinding selasar. Kemampuan sudut pandang manusia pada keadaan normal adalah 54° atau 27° dari ketinggian mata kearah atas dan bawah. Dari situ kita bisa menentukan area iklan efektif yang dapat ditangkap oleh konsumen pada saat berada diselar. Dengan diketahuinya tinggi etalase minimum dan tinggi maksimum maka dalam pesan dari perancangan desain tampilan etalase akan lebih tersampaikan pada konsumen.





Gambar 3.14 Jarak pandangan terhadap suatu obyek
 Sumber : Ernst Neufert, Data Arsitek Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 1989

- Kondisi display berupa meja yang berdiri sendiri dan pengunjung dalam posisi duduk maupun berdiri. Pada kondisi duduk atau berdiri dimana kepala menghadap kebidang kerja (meja) maka batas pandangan berkisar antar 0° s/d 40° dari garis tegak



Gambar 3.15 Sudut pandang pada bidang tegak lurus
 Sumber : Ernst Neufert, Data Arsitek Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 1989

Dari hal tersebut dapat diketahui lebar efektif suatu meja display, sehingga keseluruhan tampilan display dapat ditangkap oleh konsumen dengan baik.

2. Pencahayaan terhadap obyek display

Pencahayaan yg dimaksud adalah pencahayaan yang mendukung karakteristik dari bentukan obyek itu sendiri. Contoh untuk pakaian dengan banyak motif payet akan baru akan terlihat keindahannya

dengan pemberian cahaya yang random yang jatuh mengenai pakaian tersebut dari pada pencahayaan satu arah yang menyeluruh. Pencahayaan dalam upaya pembentukan karakter keseluruhan ruang untuk mewujudkan suasana interior tertentu yang ingin diciptakan.



Gambar 3.16 Display Etalase depan toko

Sumber : www.google.com

Gambar diatas merupakan display etalase depan toko pakaian pengantin yang mencoba mengungkapkan betapa pentingnya arti suatu pernikahan dengan segala rangkaian lainnya yang ikut memeriahkannya, dalam hal ini pakaian pengantin menjadi suatu yang sangat sakral karena simbol dari peristiwa tersebut. Dalam penataan display hal tersebut tercipta dari terdapatnya 3 manekin dimana salah satunya mendominasi dalam ukuran dan juga pencahayaan sehingga menjadikannya lebih istimewa dan mempunyai arti lebih. Sedangkan dekorasi-dekorasi lain yang berada dibelakangnya, berupa juntaian kain merah bermotif emas yang dapat dilambangkan suatu perayaan, kemegahan dimana didukung oleh pencahayaan yang mengikuti siluet dari lekukan kain tersebut membuat keseluruhan rangkaian display ini menjadi sangat artistik, hidup dan menarik.

4. *Dapat menarik orang untuk masuk kedalam bangunan (toko)*

Hal tersebut akan menjadi tepat bila itu untuk menjadi sesuatu yang 'disombongkan' kepada masyarakat umum sehingga tampak bangunan

dan pengolahan site dibuat sedemikian rupa sehingga menarik orang untuk ikut masuk didalamnya namun pada saat yang bersamaan mereka sadar bahwa disitu bukan tempat buat mereka.

Dengan memperlihatkan sedikit tampak dari wujud bangunan dan masih adanya pembatasan penglihatan dengan meletakkan pepohonan didepannya akan memicu ketertarikan orang-orang yang melalui jalan tersebut untuk mengetahui bentuk keseluruhan dari bangunan tersebut.

3.1.3. Pendekatan Maskulin

Mengingat tujuan awal yaitu ingin mengajak dan mempengaruhi para lelaki untuk ambil bagian dalam dunia fashion. Laki-laki yang dimaksud adalah laki-laki yang berpotensi, baik yang sudah menjadi metroseksual maupun yang belum. Hal lain yang ingin diangkat adalah dengan menjadi metroseksual bukan berarti akan kehilangan kekelakian dari seorang laki-laki, sehingga karakter kekelakian tersebut harus mencerminkan didalam bangunan. Pendekatan yang dilakukan dengan mengetahui gaya hidup dari seorang eksekutif yaitu sebagai berikut :

- Seorang eksekutif muda dengan segala aktifitasnya akan sangat memperhitungkan waktu dan *efisiensi* segala kegiatannya
Sehingga dalam pengaturan sirkulasi haruslah jelas dan sesuai pada tempat dan fungsinya.
- Seorang eksekutif muda dengan kemampuan finansial yang mereka miliki akan sangat mencari tempat yang dapat memanjakannya
Penerapannya pada pencapaian yang mudah ketempat tujuan, kenyamanan termal maupun kenyamanan secara psikis (privasi) yang dapat dipenuhi dari tempat tersebut, adanya perbedaan intensitas pencahayaan.

Pendekatan lain adalah dengan mengetahui pola pikir dari lelaki pada umumnya, antara lain sebagai berikut :

- Hal yang menjadi kebanggaan dari seorang laki-laki adalah kemampuannya dalam menghasilkan finansial biasa diwujudkan dalam kendaraan pribadi dan barang-barang elektronik (biasanya pada laki-laki tradisional), barang-barang pribadi yang lebih detail seperti jam, ikat pingang, parfum, dll (untuk laki-laki yang sudah menjadi metroseksual).

Dari sini maka pada bangunan ini disediakan bengkel aksesori dimana sifat dari fungsi ini adalah sebagai identitas awal eksistensi dari kaum metroseksual.

- Hal lainnya yang menjadi kebanggaan adalah kekelakian itu sendiri yang biasanya identik dengan kekuatan, postur tubuh yang berotot.

Penerapan dalam desain berupa ketegasan dalam struktur, sirkulasi,

- Sifat-sifat lain dari laki-laki yang perlu diperhatikan karena akan mengancam karakter kekelakiannya adalah sebagai berikut :

- Tidak menyukai warna-warna terang dan penuh dengan accessories yang terlalu beragam : minimalis stlye
- Tidak terlalu menyukai bentukan lekukan lebih menyukai bentukan dengan penegasan. Bila di transformasikan dalam bentukan dasar, laki-laki merupakan perwujudan dari bentukan persegi empat dan wanita perwujudan dari bentukan lingkaran

3.1.4. Pendekatan Feminimisme Metroseksual

Dengan maraknya gaya hidup metroseksual seiring dengan adanya keberanian para lelaki untuk menunjukkan sifat feminimisme dari seorang laki-laki yang diwujudkan dalam perilakunya sebagai berikut :

- a. Kepedulian terhadap penampilan
- b. Kegemaran memamerkan diri

Dengan kepedulian terhadap penampilan diri maka secara otomatis mereka akan ingin bahwa dirinya 'dilihat' oleh banyak orang namun bukan suatu tontonan gratisan untuk semua kalangan umum.

a. Family oriented

Dengan kesibukannya dalam bekerja sehingga mereka mempunyai kesadaran untuk menghabiskan waktu luangnya bersama-sama dengan keluarganya. Hal lainnya adalah dengan adanya kebutuhan terhadap prestis yang harus dijaga terhadap dirinya maupun keluarganya.

b. Romantisme

Karakter dari laki-laki metroseksual adalah adanya kepedulian dan empati yang berani diutarakan atau ditampilkan. Disini pendekatan dari empati tersebut dianggap sebagai nilai romantisme dari seorang laki-laki. Sedangkan arti romantisme bagi seorang laki-laki dari hasil wawanca adalah perwujudan suatu bentukan natural. Seperti adanya pemandangan alam, kondisi yang mendekat dengan alam.

3.2. PENDEKATAN TAPAK

Karena sifat bangunan ini yang komersial maka pemilihan lokasi sangat berperan penting disini. Adapun faktor-faktor yang menentukan dalam pemilihan lokasi ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor pencapaian, lokasi mudah dicapai dan telah ditunjang oleh sistem transportasi sarana dan prasarana
2. Faktor Strategis dan Komersial, lokasi dekat dengan kawasan komersial, perkantoran atau permukiman golongan menengah keatas
3. Faktor Teknis, kawasan telah dilengkapi dengan jaringan infrastruktur
4. Faktor Existing, potensi yang sudah dimiliki oleh alam yang berkemungkinan dapat dikembangkan seperti sungai, pemandangan alam, dll

Dari faktor-faktor pertimbangan diatas maka site yang terpilih adalah tepi Ring Road Utara dan sungai Gajah Wong, Kelurahan

Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, DIY. Yang hal tersebut ditetapkan dari analisis sebagai berikut :

1. Faktor Pencapaian

Karena lokasi site berada pada tepi Ring Road maka pencapaian pengunjung ke lokasi site sangat mudah. Jalan yang lebar pada jalan utama (Ring Road) memberikan nilai plus lokasi ini dan juga akan berpotensi untuk berkembang lagi.

2. Faktor Strategis dan Komersial

Mengingat bahwa sasaran market kita adalah golongan menengah keatas, pegawai dan pelaku bisnis dan juga dari tingkat frekuensi kegiatan sebagai daily activity (kegiatan sehari-hari) maka lokasi site harus yang terletak diantara kawasan permukiman, perkantoran dan komersial. Hal tersebut sangat penting karena pelaku kegiatan merupakan orang yang sibuk. Dalam kasus ini kawasan permukiman yang dimaksud adalah kawasan daerah selatan (CasaGrande, Seturan) dan lingkungan pendidikan kelas menengah keatas (STIE YKPN). Pada daerah selatan dan Barat terdapat kawasan bisnis (perbankan, real estate,dll) Kawasan permukiman golongan menengah keatas pada daerah barat (Nandan Perwita, Pogung)

3. Faktor Teknis

Untuk dapat mendukung kelancaran kegiatan operasional pada bangunan ini maka jaringan infrastruktur sangatlah penting diperhatikan pendistribusiannya kedalam site

4. Faktor Existing

Kondisi alam yang ada pada site dapat dimanfaatkan dan menjadikan nilai tambah pada bangunan. Yang dimaksudkan dalam site pada kasus ini adalah sungai Gajah Wong yang terletak di sisi timur site.

3.2.1. Pendekatan Pencapaian Tapak

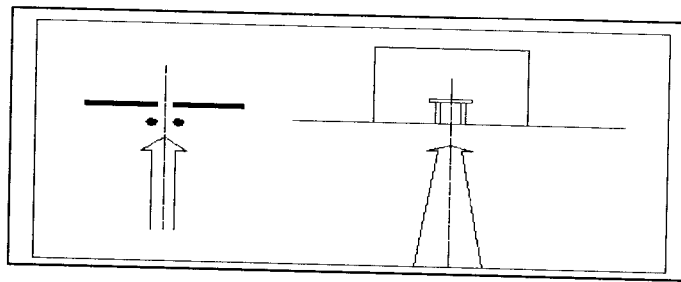
Pencapaian berdasarkan fungsi terbagi atas dua hal, yaitu :

- Pencapaian Utama (*main entrance*) yang merupakan akses untuk umum
- Pencapaian Kedua (*side entrance*) yang merupakan akses untuk servis

Sedangkan berdasarkan pola pencapaiannya terdiri atas 3 hal, yaitu :

- Pencapaian Langsung

Suatu pendekatan yang mengarah langsung kesuatu tempat masuk, melalui sebuah jalan lurus yang segaris dengan alur sumbu bangunan dan memiliki tujuan visual dalam pengakhiran pencapaian untuk menampilkan fasad muka seluruh bangunan atau penegasan tempat masuk.

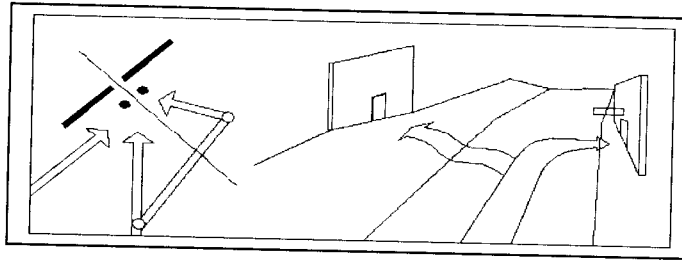


Gambar 3.17 Pencapaian Langsung

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Pencapaian Tersamar

Pencapaian yang berfungsi untuk mempertinggi efek perspektif pada fasad dan bentuk bangunan, sehingga jalur dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat dan memperpanjang urutan pencapaian.

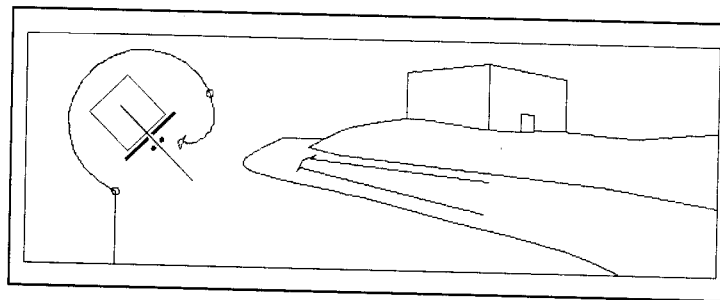


Gambar 3.18 Pencapaian Tersamar

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Pencapaian Berputar

Pencapaian berputar merupakan sebuah jalan berputar yang berfungsi untuk memperpanjang urutan suatu pencapaian dan mempertegas bentuk tiga dimensi suatu bangunan. Jalan masuk bangunan mungkin dapat dilihat dengan terputus-putus atau dapat disembunyikan sampai ditempat kedatangan.



Gambar 3.19 Pencapaian Berputar

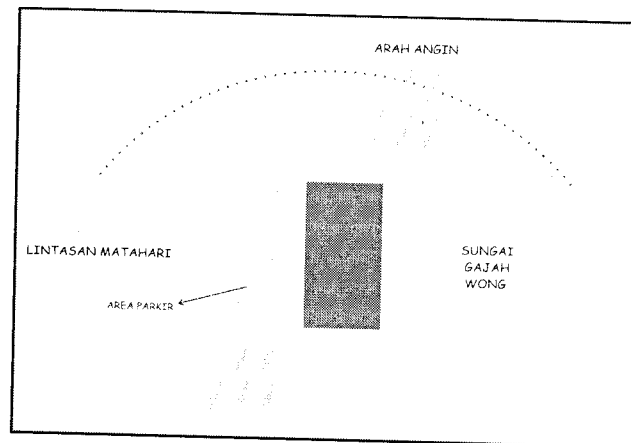
Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Dalam kaitanya pencapaian hal lain yang menjadi pertimbangan adalah kemungkinan tingkah laku dari pengunjung yaitu :

- Pengunjung datang dengan menggunakan kendaraan umum (taksi) atau diantar, sehingga harus tersedia jalur masuk dan keluar berdekatan dan tidak berbelit-belit.
- Pengunjung datang menggunakan kendaraan pribadi, sehingga harus terdapat area parkir dengan pola sirkulasi yang mengaklir sehingga meminimalkan terjadinya jalan buntu yang mengakibatkan tidak efisiensinya konsumen dalam pencarian area parkir.

3.2.2. Pendekatan Peletakan dan Orientasi Masa terhadap Site

Pendekatan perencanaan dan perancangan pengolahan tapak dilakukan dengan memperhatikan kondisi lingkungan, antara lain arah angin, arah matahari, kontur, vegetasi dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui letak bangunan, arah hadap, dan vegetasi yang diperlukan.



Gambar 3.20 Posisi Masa Terhadap Site

Sumber : Analisis Pribadi

Dari gambar diatas dapat kita ketahui bentukan site memanjang kearah utara selatan dimana sungai gajah wong berada disisi timur sepanjang area site. Dari kondisi tersebut tak dapat dielakan lagi bahwa posisi gubahan masa mengikuti pola site yaitu memanjang kearah utara dan selatan untuk mendapatkan view disepanjang sungai gajah wong. Walaupun kondisi sungai tersebut tidak bisa disebut sebagai pemandangan yang bagus atau nilai plus dari suatu site, karena ketidakstabilan volume air yang mengalir disungai tersebut namun dengan mengingat perilaku dari kaum ini maka sungai tersebut dapat dimanfaatkan sebagai space bebas ruang luar.

Yang dimaksudkan disini adalah dengan terdapatnya sungai maka terbentuk juga daerah tepi sekitar sungai yang keadaanya cukup luas sehingga dapat dimanfaatkan untuk space view dari dalam bangunan. Untuk kualitas pemandangan pada dasarnya tidak menjadi suatu hal yang

penting karena pengguna hanya membutuhkan luar ruang maya yang dapat memberikan kesan kebebasan dan kenyamanan.

Dengan posisi gubahan masa yang seperti itu otomatis akan bermasalah terhadap penerimaan jumlah panas dari radiasi matahari yang diterima oleh bangunan yang kemudian akan berdampak pada kenyamanan termal didalam bangunan dan akhirnya menjadi beban tambahan bagi sistem pendinginan ruang nantinya. Sedangkan pembebanan yang diterima oleh bangunan terhadap beban angin dengan posisi gubahan masa tersebut tidak menjadi sesuatu yang berarti.

Area pembangunan masa terhadap site ditetapkan dari ketentuan roi jalan dan sungai yang berlaku pada daerah tersebut, adapun ketentuan tersebut sebagai berikut :

- a. Sisi selatan : batas yang diperkenankan untuk dibangun adalah 25 m dari as jalan.
- b. Sisi utara : batas yang diperkenankan adalah 10 m dari as jalan.
- c. Sisi timur : dipengaruhi ketentuan roi sungai yaitu 14 m dr tepi site.

3.2.3. Pendekatan Pengolahan Kondisi Tanah yang Berkontur

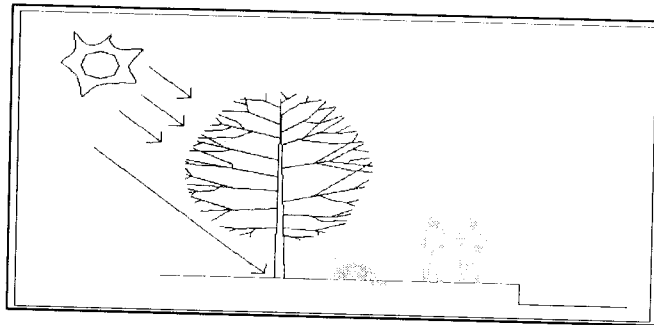
Pendekatan dalam pengolahan tanah berkontur hal yang menjadi pertimbangan adalah mencoba memanfaatkan potensi alam berupa sungai gajah wong agar dapat dirasakan keberadaan didalam bangunan. Hal tersebut diwujudkan dengan mendekatkan bangunan sedekat mungkin dengan sungai. Yaitu dengan meletakan area-area aktifitas yang menghabiskan waktu yang relatif lama dan membutuhkan pemandangan yang baik. Agar terjadi efisiensi maka perbedaan kontur tersebut disamakan dengan mengambil ketinggian rata-rata dari ketinggian yang ada juga dengan memperhitungkan luasan ram untuk menempuh ketinggian elevasi tanah yang baru dari ketinggian tanah pada jalan raya. Dengan penurunan elevasi tanah pada site adalah secara otomatis membentuk area privat pada site ini.

3.2.4. Pendekatan Pemanfaatan Vegetasi

Vegetasi merupakan salah satu elemen fisik yang penting dalam pembentukan tapak. Disamping sebagai element pokok dalam perencanaan tapak juga dapat berfungsi untuk mempercantik lingkungan. Vegetasi bersifat organis dan lunak sehingga berfungsi untuk melengkapi elemen lain yang bersifat keras, seperti permukaan tanah dan bangunan. Sedangkan fungsi lainya yang dapat kita manfaatkan :

a. Fungsi pemakaian klimatologi

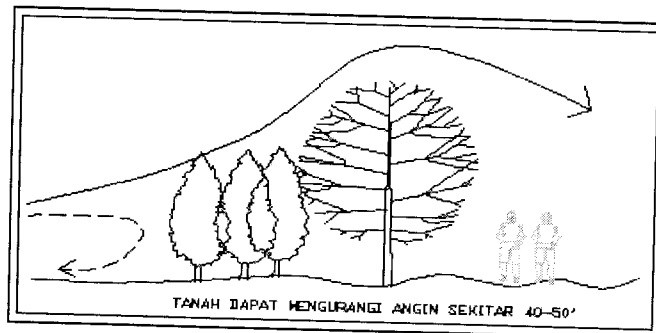
- Kontrol radiasi matahari



Gambar 3.21 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol radiasi

Sumber : Rustam Hakim, Ir, 2002, Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap

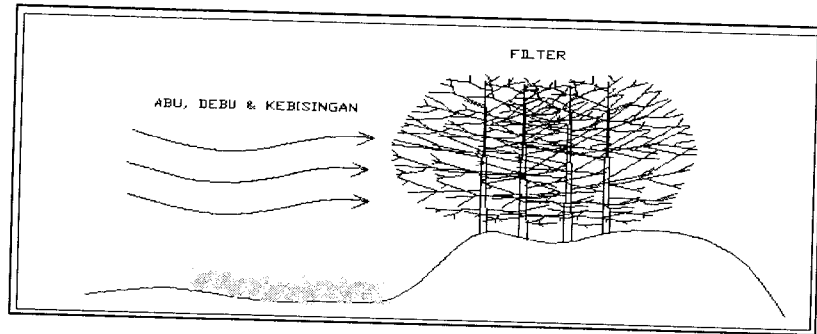
- Kontrol Angin



Gambar 3.22 Fungsi vegetasi sebagai penahan angin

Sumber : Rustam Hakim, Ir, 2002, Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap

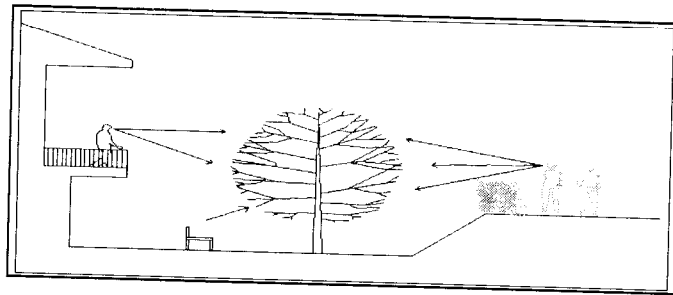
- Kontrol Air Hujan
- Kontrol Silau dan Refleksi
- Kontrol akustik atau suara



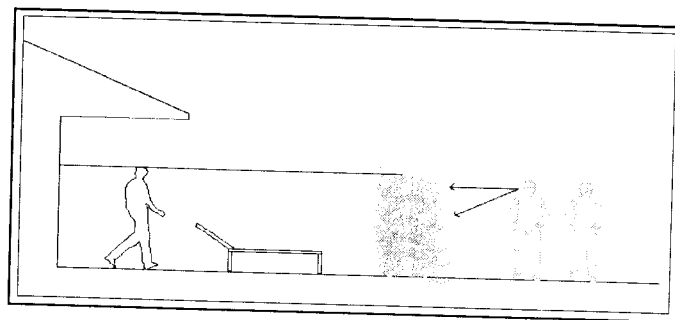
Gambar 3.23 Fungsi vegetasi sebagai penyaring debu dan bunyi
Sumber : Rustam Hakim, Ir, 2002, Komponen Perancangan Arsitektur
Landskap

b. Fungsi pemakaian estetik

- Pelengkap
- Pemberitahu
- Pemigura pandangan



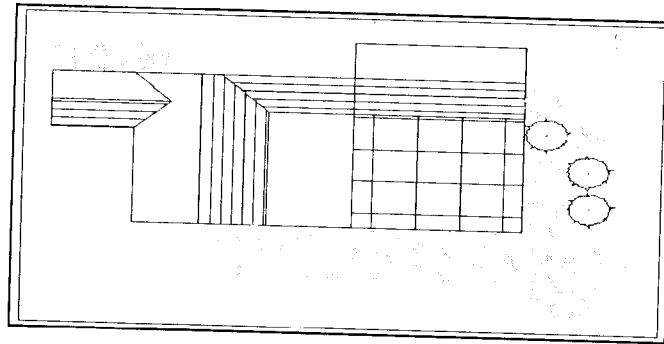
Gambar 3.24 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol pandangan
Sumber : Rustam Hakim, Ir, 2002, Komponen Perancangan Arsitektur
Landskap



Gambar 3.25 Fungsi vegetasi sebagai pengontrol pandangan
Sumber : Rustam Hakim, Ir, 2002, Komponen Perancangan Arsitektur
Landskap

c. Fungsi Pemakaian Arsitektural

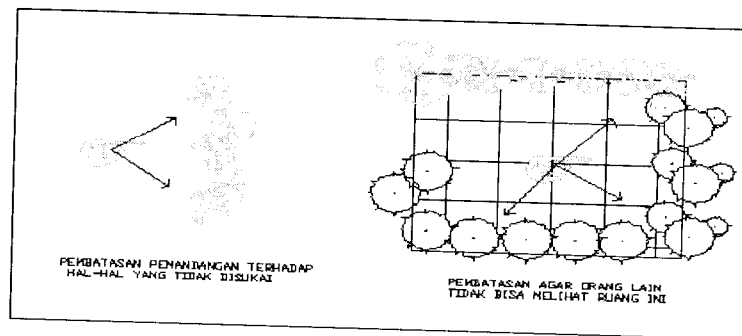
- Penciptaan Ruang



Gambar 3.26 Fungsi vegetasi sebagai pencipta ruang

Sumber : Diktat Perencanaan Tapak 2, 2002

- Pembatasan Ruang



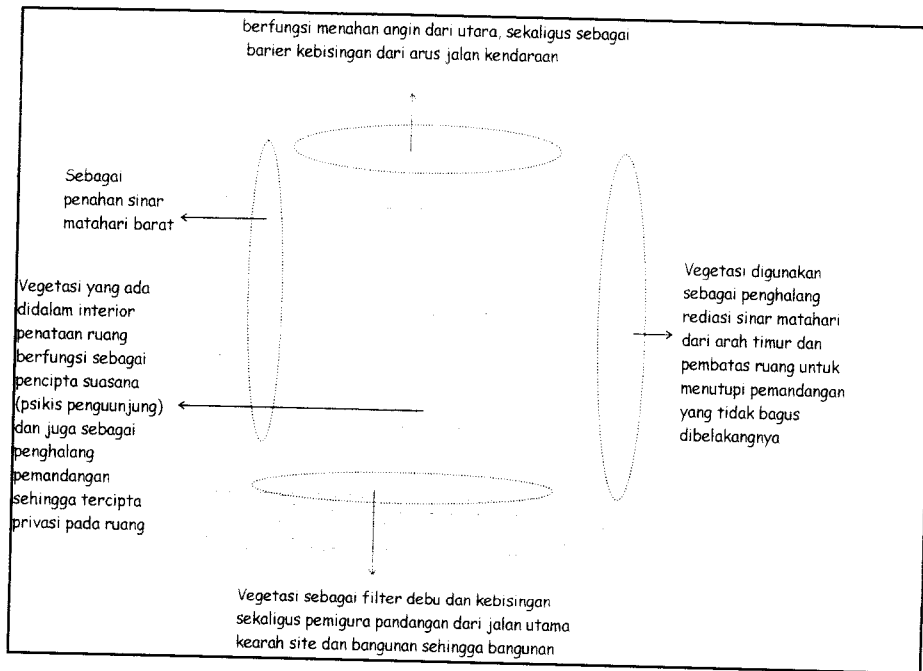
Gambar 3.27 Fungsi vegetasi sebagai penciptaan ruang

Sumber : Diktat Perencanaan Tapak 2, 2002

Sehingga vegetasi yang ada disekitar lokasi dimanfaatkan :

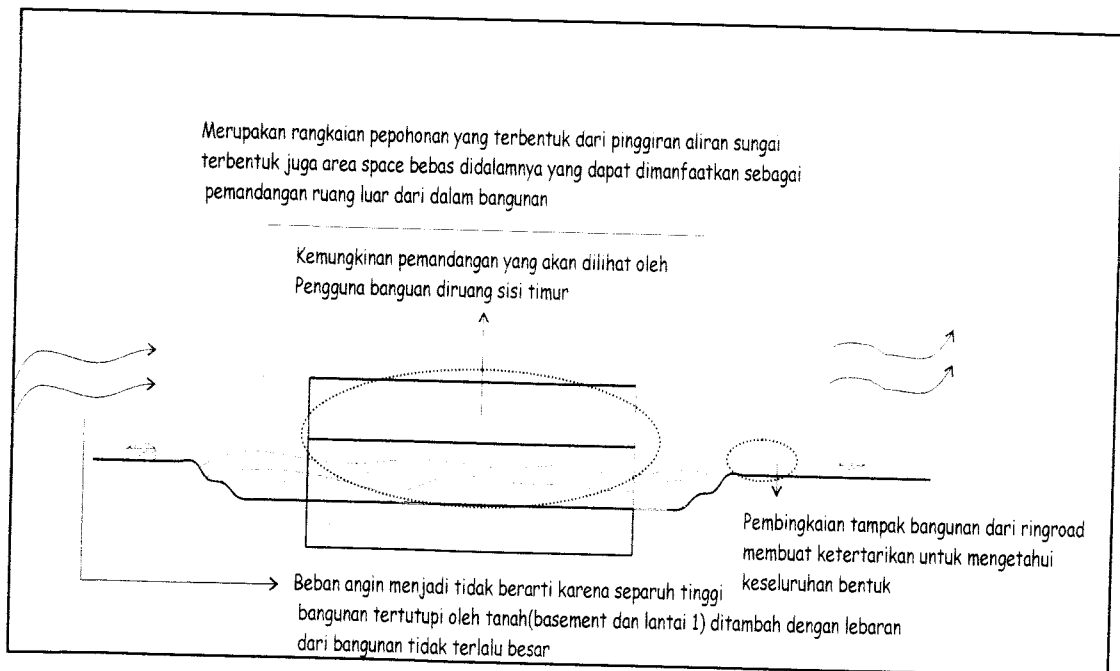
- Pada sisi selatan : sebagai filter penyaring kebisingan dan debu, membingkai tampak bangunan membuat ketertarikan terhadap seseorang yang melalui jalan raya ini untuk melihat /mengetahui bentuk keseluruhan dari bangunan ini sekaligus pembentuk daerah privat
- Pada sisi timur : vegetasi berfungsi sebagai penghalang sinar matahari dan sebagai penutup pandangan yang tidak bagus
- Pada sisi Utara : vegetasi berfungsi sebagai penahan angin dari utara sekaligus sebagai barrier kebisingan yang timbul akibat arus jalan raya yang ada disebelah utaranya persis

- d. Pada sisi barat : vegetasi berfungsi sebagai penghalang sinar matahari dan radiasinya juga sebagai penghalang pemandangan dari lingkungan dibelakangnya sehingga privasi tetap terjaga.



Gambar 3.28 Rencana persebaran vegetasi pada site

Sumber : Analisis Pribadi



Gambar 3.29 Potongan persebaran vegetasi pada site

Sumber : Analisis Pribadi

3.2.5. Zoning

Zoning ditetapkan berdasarkan jenis dan tingkat privasi kegiatan yang berlangsung didalamnya. Dalam zoning ruang site dengan lingkungan sekitar memiliki hubungan yang kontras yaitu zone publik pada sekitar site dan zone privat pada keseluruhan site.

Dalam zoning pada site yang kemudian menentukan dalam pengelompokan fungsi-fungsi ruang nantinya. Adapun pembagiannya sebagai berikut :

a. Zona Publik

Zona publik terletak dibagian yang berhubungan langsung dengan publik. Bangunan ini keseluruhan sirkulai dan ruang-ruang duduk disepanjang selasar ruang dalam bangunan. Ruang-ruang tersebut didalamnya antara lain parking area dan bengkel acesoris, longe, coffe.

b. Zona Semi Publik

Ruang-ruang yang terdapat pada zona ini adalah ruang-ruang yang menjadi prioritas untuk terjadinya kegiatan yang didalamnya interaksi dari suatu peristiwa. Suatu perjanjian jual beli maupun hubungan sosial murni.

c. Zona Privat

Zona ini diperuntukan untuk kegiatan yang tidak berhubungan langsung dengan ruang publik karena ruang ini memiliki tingginya tingkat privasi yang tinggi. Ruang-ruang yang masuk dalam zona ini adalah ruang pengelola dan kamar mandi dari pelayanan fitnes center. Peletanya menyebar sesuai dengan fungsilain yang ingin didukungnya.

d. Zona Servis

Zona yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasonal bangunan fashion and beauty center ini. Ruang-ruang tersebut adalah gudang, instalasi listrik, instalasi penyaluran air, laundry, area parking, dll



3.2.6. Pendekatan Tata Masa Bangunan

Adapun pertimbangan dalam penentuan pemilihan bentukan tata masa bangunan dengan dilihat dari :

a. Jumlah massa

Dari jumlahnya maka dalam pembuatan tatanan masa dapat dibagi menjadi :

- Massa Tunggal

Massa tunggal merupakan pendekatan yang menggabungkan berbagai fungsi kegiatan kedalam satu masa bangunan.

Kelebihannya :

- a. Tingkat efisiensi tinggi baik dalam sirkulasi, pembagian ruang maupun luasan ruang
- b. Hemat dalam pemakaian bahan bangunan

Kekurangan :

- a. Tingkat privasi tamu kurang terjaga
- b. Susah memisahkan antara ruang yang membutuhkan ketenangan dengan yang tidak
- c. Masa tunggal kurang fleksibel dengan lahan yang tidak rata atau berkontur, sehingga memiliki keterbatasan view

- Massa Jamak

Massa jamak terdiri atas ruang-ruang kegiatan dalam beberapa massa kecil

Kelebihan :

- a. Adanya pemisahan yang jelas antara ruang berdasarkan kegiatannya dan tingkat privasinya
- b. Tingkat privasi pengunjung lebih terjaga
- c. Adanya perubahan suasana antara ruang-ruangnya sehingga menjadikan perjalanan yang rekreatif

Kekurangan :

- a. Dalam pencapaian dari sirkulasi bangunan kurang efisien
- b. Membutuhkan luasan lahan yang lebih besar dari masa tunggal disebabkan dari jumlah masa yang menyebar
- c. Lebih boros dalam penggunaan bahan bangunan

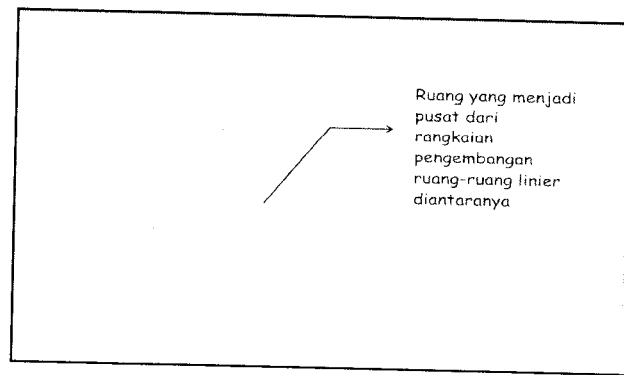
Sehingga dari beberapa kelebihan dan kekurangan dari masa tunggal dan jamak yang telah diuraikan diatas maka yang dipilih adalah massa bangunan tunggal. Karena dalam kekurangan dari dari masa tunggal ini justru menjadikan peluang penyelesaian masalah dalam kasus bangunan ini. Yaitu dengan tidak adanya privasi karena adanya hubungan saling mempengaruhi yang ada didalamnya karena posisi letak ruang yang saling berdekatan. Faktor lain adalah dengan menanggapi kondisi site yang ada akan lebih efisien dengan penggunaan masa tunggal dimana kondisi kontur dibuat rata dalam ketinggian elevasi tertentu sehingga masalah ketidak efisiensi pola masa tunggal terhadap kondisi lahan yang berkontur dapat teratasi.

b. Gubahan Massa

Dalam pemilihan sistem gubahan masa dengan mempertimbangkan faktor topografi lahan dan view di sekitar site. Adapun Gubahan massa yang dapat dikembangkan adalah :

- Radial

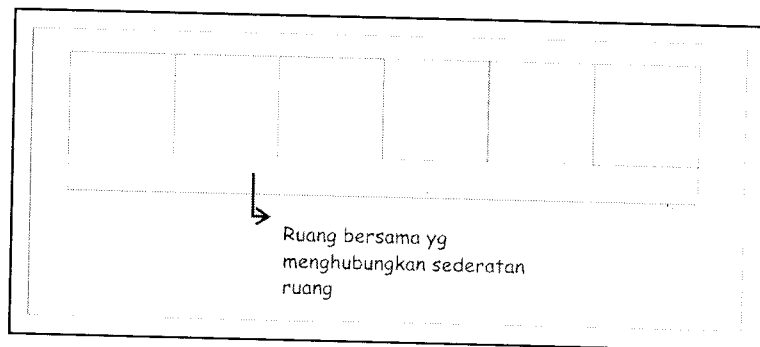
Gubahan masa terpusat pada suatu ruang dimana ruang tersebut menjadi acuan organisasi ruang linier yang berkembang membentuk jari-jari



Gambar 3.30 Gubahan massa berbentuk Radial
 Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Linier

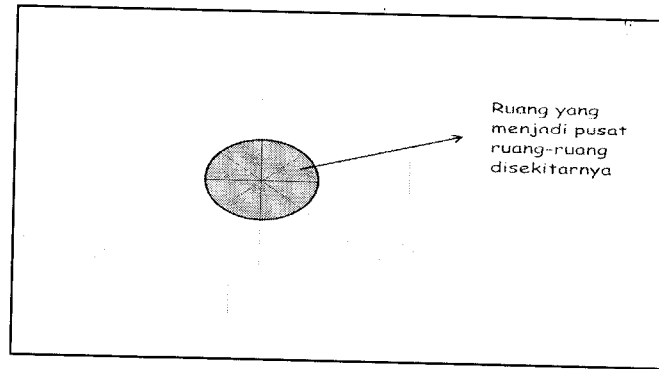
Gubahan masa yang terdiri atas sederetan ruang. Dimana ruang-ruangnya saling berhubungan langsung satu dengan yang lainnya atau dihubungkan oleh ruang bersama. Nilai ekonomi ruang satu dengan lainnya adalah sama.



Gambar 3.31 Gubahan Massa berbentuk Linier
 Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Terpusat

Gubahan massa secara terpusat menuntut adanya keteraturan geometris yang mempunyai dominasi visual, bentuk-bentuknya sangat ideal sebagai struktur yang berdiri dan dikelilingi oleh lingkungan yang sejenisnya.



Gambar 3.32 Gubahan Massa berbentuk Terpusat
 Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Dari berbagai macam gubahan massa diatas yang sesuai dengan permasalahan bangunan adalah gubahan massa berbentuk terpusat dimana dengan bentukan tersebut proses saling mempengaruhi dan mengajak dapat lebih utuh diwujudkan.

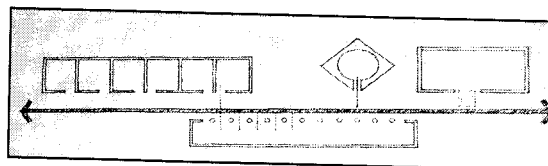
3.2.7. Pendekatan Dalam Pembentukan Sirkulasi

Dalam bangunan ini pembentukan sirkulasi dan hubunganya dengan ruang sangatlah penting kaitanya akan mempengaruhi interpretasi pengguna terhadap ruang tersebut sehingga akan menentukan keberhasilan dan tidaknya suatu ruang.

Adapun hubungan ruang terhadap jalan dapat dikelompokkan menjadi :

- Melewati ruang-ruang

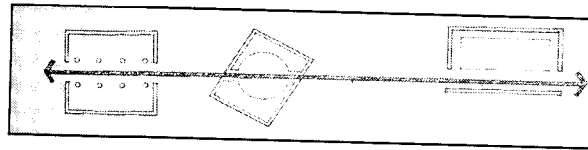
Menjadikan konfigurasi jalan yang luas.



Gambar 3.33 Jalan melewati ruang-ruang
 Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Menembus ruang

Menimbulkan pola-pola istirahat dan gerak didalamnya.

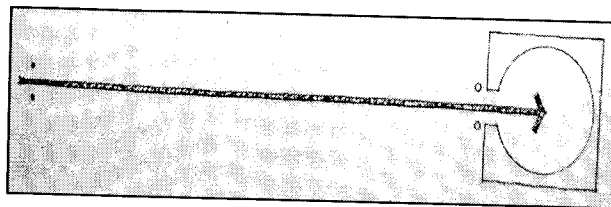


Gambar 3.34 Jalan menembus Ruang

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

- Berakhir dalam ruang

Melambangkan ruang yang penting

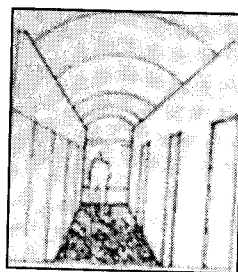


Gambar 3.35 Jalan berakhir pada ruang

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Hubungan ruang akan dipengaruhi oleh bentuk ruang sirkulasi yang harus mampu menampung gerak manusia yang berkeliling, berhenti sejenak, beristirahat atau menikmati pemandangan sepanjang jalan. Adapun prinsip bentuk ruang sirkulasi sebagai berikut :

- Tertutup

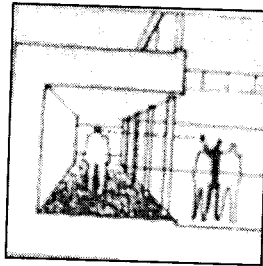


Gambar 3.36 Bentuk sirkulasi tertutup

Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Koridor terbentuk dari ruang-ruang yang dihubungkan melalui pintu-pintu masuk pada bidang dinding.

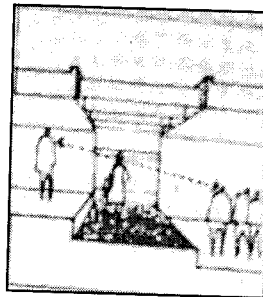
- Terbuka pada satu sisinya



Gambar 3.37 Bentuk sirkulasi terbuka pada salah satu sisinya
Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Memberikan kontinuitas visual dengan ruang-ruang yang dihubungkan

- Terbuka pada kedua sisinya



Gambar 3.38 Bentuk sirkulasi terbuka pada kedua sisinya
Sumber : Francis DK Ching, 1996, Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya

Menjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya

Bentuk sirkulasi yang digunakan pada bangunan fashion and beauty center adalah terbuka pada satu sisi atau pada kedua sisinya agar terjadi interaksi dan saling mempengaruhi diantaranya. Namun keterbukaan tersebut hanya terjadi pada ruang-ruang didalam bangunan ini saja. Sedangkan hubungan ruang dalam bangunan terhadap ruang luar diupayakan seminimal mungkin kecuali pada sisi barat bangunan karena

dianggap terdapat view positif yang dapat dimanfaatkan. Beberapa prinsip skala ruang-ruang sirkulasi adalah sebagai berikut :

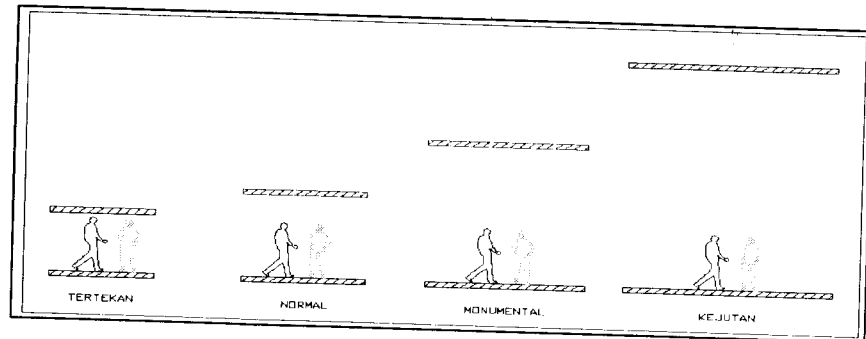
- Jalan sempit
Merangsang arus gerak manusia yang melewati, digunakan pada jalan-jalan sepanjang store-store dalam bangunan
- Jalan Lebar
Lebih banyak menampung lalu lintas sirkulasi selain itu juga untuk menciptakan tempat-tempat pemberhentian, untuk istirahat, atau menikmati pemandangan. Diletakan diantara selasar selain untuk peristirahatan juga digunakan sebagai tempat nongkrong yang dikoordinir oleh lounge dan coffeshop yang ada disekitarnya. Dengan adanya area ini hendaknya didekatkan dengan area olah raga yang digunakan untuk mempengaruhi pengunjung
- Jalan yang melebur ruang
Memberi kesan luas tanpa bentuk dan batasan yang jelas dan ditentukan oleh aktivitas didalam ruang. Pada ruangan Sport Center dimana terdapat beberapa kegiatan dimana sirkulasi tidak ada batasan jelas, hanya terbentuk dari furniture yang tertata didalam ruang tersebut.

Pembentukan karakter dalam ruang-ruang sirkulasi pada kasus bangunan ini yaitu dengan menyamakan kasus pada shopping mall dapat ditempuh dengan memperhatikan penerapan elemen-elemen arsitektur didalamnya, yaitu:

a. Skala dan Proporsi

Yaitu perbandingan antara ukuran ruang dan pengamatannya. Untuk mendapatkan kualitas dan suasana ruang sirkulasi yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga pengguna akan merasakan kelapangan, rasa mengalir, rasa tertekan atau rasa mengumpul. Skala juga bisa dijadikan penarik perhatian (attention) maupun penekanan

(emphasisi) terhadap suatu obyek. Sedangkan peran serta proporsi adalah untuk mendapatkan kenyamanan pergerakan dari pengunjung karena proporsi bersifat menyesuaikan dengan kebutuhan skala yang dikehendaki.



Gambar 3.39 Skala Ruang

Sumber : White, Edward. T., Sumber Konsep, 1975

Pada bangunan ini skala monumental digunakan ditengah bangunan sebagai "*point of interest*" dan juga sebagai pemersatu komposisi ruang dan kegiatan lainnya. Skala normal digunakan pada selasar penghubung antara ruang satu dengan yang lain dan juga pada pertokoan umum lainnya. Skala tertekan digunakan pada area sosialisasi seperti pada coffee shop dan lounge.

b. Simetri dan Keseimbangan

Simetri dan keseimbangan dicapai melalui pengaturan faktor-faktor komposisi suatu ruang (warna, bentuk, tekstur) dan karakter penentuan kualitas terletak pada furniture dan furnishing. Pengolahan warna, pola dan tekstore akan sangat penting untuk memberikan variasi pada interior bangunan. Terutama dengan sirkulasi linear dan dengan fungsi bangunan yang sama didalamnya (pertokoan), pengolahan akan memberikan kesan selama proses pergerakan, pengalihan perhatian dari rasa jenuh, rasa jauh dalam menjangkau jalur pergerakan, penciptakan orientasi terhadap fungsi ruang dan pengendalian pergerakan (lambat, cepat, sedang)



Dalam penentuan warna dengan memberikan warna yang gelap pada bagian-bagian penegas atau pembentuk karakter seperti kolom. Kolom disini dapat ditrasformasikan sebagai karakter dari seorang laki-laki dengan karakteristiknya yang tegas dan kokoh. Sedangkan bagian-bagian yang lain diberi warna yang lebih lembut sehingga keseimbangan dapat tercapai. Prinsip pengaturan seperti itu dapat diterapkan pada penentuan pemberian tekstur. Alur tekstur itu sendiri dapat diciptakan berbeda di setiap-tiap ruang masing-masing. Sebagai pola pengaturan dasar dengan mengikuti pelebaran dari penyebaran kolom yang ada.

Penentuan komposisi bentuk, peletakan furniture, peletakan pintu masuk, pola pengaturan accessories dapat diatur sesuai proporsi keseimbangan sisi satu sehingga pencapaian dan daerah teritori yang terbentuk akan lebih baik. Bila terdapat sisi-sisi yang dapat dijadikan area promosi maka diusahakan sedemikian rupa agar dapat dijadikan *point of interest*.

c. Vista dan view

Faktor pertimbangan vista dan view dalam perencanaan bangunan ini sangatlah penting yang antara lain dengan melakukan pengolahan sirkulasi sehingga pengunjung dapat melihat jalur pergerakan juga memungkinkan untuk melihat view yang menyeluruh.

Pada bangunan ini hal tersebut sangat mendominasi pada interior keseluruhan bangunan ini. Yaitu terbentuk dari void tercipta dari luasan area kolam renang yang keseluruhan tersebut menjadi pemersatunya.

d. Pencahayaan (alam dan buatan)

Pencahayaan akan memberi peran penting dalam kualitas ruang sirkulasi. Karena pencahayaan akan memperjelas jalur sirkulasi dan mengarah pengunjung, kemudian akan menimbulkan respon dan



persepsi dan dengan perbedaan respon dan persepsi tersebut akan mengurangi perasaan jenuh selama pergerakan. Hal ini bisa dengan melakukan permainan gelap terang dan pewarnaan yang berbeda ataupun permainan cara pencahayaan.

Dalam bangunan ini pencahayaan alami dimasukan melalui jendela dan skylight pada atap dan pencahayaan buatan untuk mendukung pembentukan karakter dalam display dan mendukung jalur sirkulasi yang tidak terjangkau oleh pencahayaan alami.

3.2.8. Pendekatan Sistem Utilitas Bangunan

a. Sistem Penghawaan

Dalam penentuan sistem penghawaan dipengaruhi oleh bentuk dan jenis kegiatan yang diwadahi dan pengaruh iklim sekitar bangunan site. Untuk fungsi bangunan ini sebagai pusat fashion and beauty center kenyamanan merupakan hal yang sangat penting dalam hal ini sangat mempengaruhi pemilihan macam dan jenis penghawaan. Sistem penghawaan dibagi menjadi 2 macam :

- Penghawaan alami

dilakukan dengan memperbanyak bukaan dengan sitem cross ventilasi sehingga perputaran udara akan mengalir dengan baik, keuntungannya adalah biaya operasional yang murah

- Penghawaan buatan

Dilakukan dengan menggunakan alat bantu seperti AC, keuntungannya adalah temperatur dapat diatur dan udara selalu dalam keadaan bersih.

Penghawaan yang digunakan dalam bangunan ini nantinya adalah dengan penghawaan buatan hal tersebut karena :

- Dengan kegiatan yang ada dalam bangunan dan karakteristik pengunjung yang sangat memperhatikan penampilan maka kenyamanan merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi.
- Penggunaan AC sendiri yang melambungkan tingkat prestis.
- Kebutuhan akan keadaan udara yang bersih dan bebas debu karena barang-barang yang diperdagangkan adalah barang penuh dengan detail (pakaian, aksesoris) yang harus terbebas dari debu.

b. Sistem Jaringan Listrik

Pendistribusian listrik pada bangunan ini terdiri dari 2 macam :

- Sumber listrik PLN
Merupakan sumber utama dalam pemakaian sehari-hari. Aliran ini disalurkan ke gardu utama kemudian melalui ruang transformator didistribusikan ke panel-panel di tiap-tiap lantai.
- Sumber listrik Genset
Digunakan sebagai cadangan apabila terjadi pemadaman listrik. Sumber ini hanya melayani bagian-bagian yang vital seperti penerangan, pompa, eskalator, dll

c. Sistem Bahaya Kebakaran

Sistem perlindungan terhadap bahaya kebakaran terdiri dari :

- Detektor Asap
Alat ini bekerja bila ada asap di ruangan berkisar antara 40^o-50^oC
- Detektor Panas
Alat ini bekerja bila suhu ruangan berkisar 60^o-70^oC
- Splinker
Berfungsi menyemburkan air secara otomatis bila terjadi bahaya kebakaran. Tiap springkler melayani area seluas 10-25 m²,

sedangkan jarak antar springler dalam ruang adalah 6 m dan untuk koridor adalah 9 m.

- Fire Extinguisher

Alat pemadam kebakaran yang berupa tabung dengan berbagai ukuran yang dapat menangani area seluas 25 m²

- Selang Pemadam Kebakaran

Diletakan pada tiap lantai dengan jarak tertentu. Alat ini dapat menangani area seluas 30-50 m²

- Tangga Darurat

Merupakan tangga penyelamat saat terjadi kebakaran /keadaan darurat. Tangga ini mempunyai lebar 1,2 m, dengan jarak 20-30m, mudah dicapai dan harus berhubungan langsung dengan ruang luar

d. Sistem Jaringan Air

Sistem jaringan air dibedakan menjadi 2 macam :

- Sistem jaringan air bersih

Ada dua sistem pendistribusian air didalam gedung yaitu : *up feed* dan *down feed*.

Jaringan ini tersedia pendistribusian air panas dan dingin dimana harus diperhatikan dalam pendistribusiannya agar tidak ada kebocoran panas pada pipa pendistribusian air panas

- Sistem jaringan air kotor

Air kotor dari lavatory disalurkan terlebih dahulu ke SPT (*sewage Treatment Plan*) kemudian disalurkan ke riol kota

e. Sistem Komunikasi

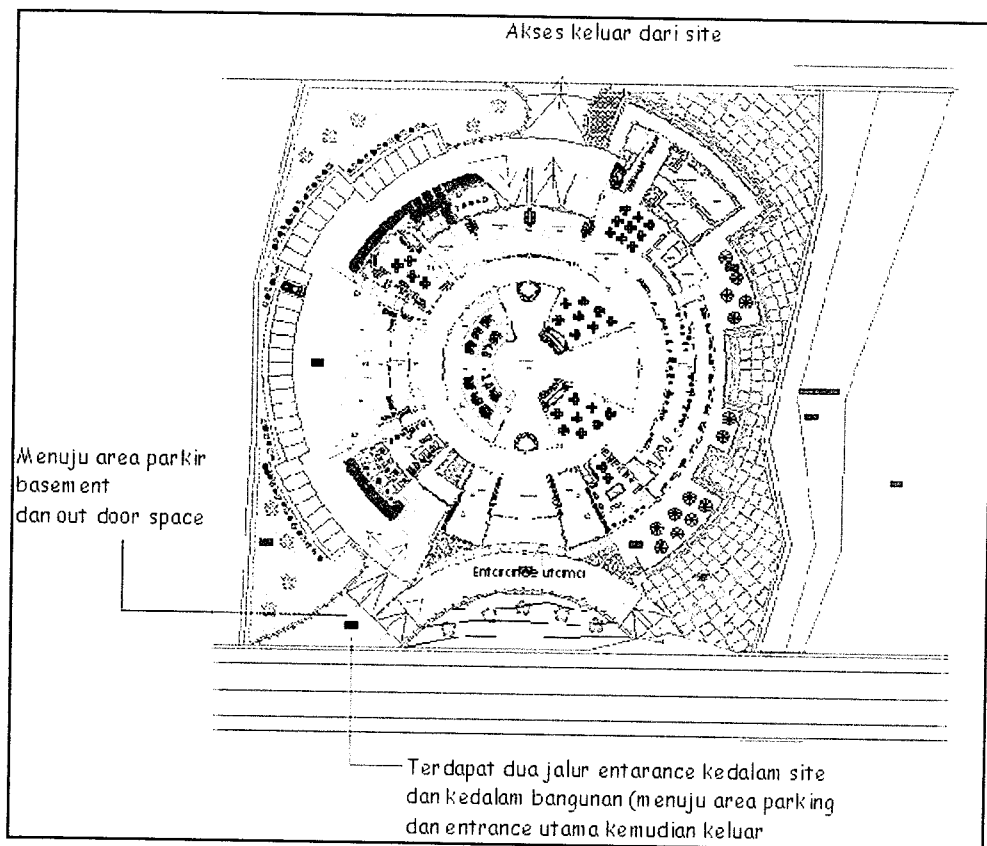
Sistem komunikasi dalam gedung menggunakan intercom dan telpon, juga terdapat perangkat sound sistem yang dipergunakan sebagai background musik, pengumuman dan keamanan

BAB IV

PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN BANGUNAN

4.1. PENDEKATAN PENATAAN RUANG LUAR BANGUNAN

4.1.1. Entrance dan Parking Area



Gambar 4.1 Entrance dan Area Parkir

Entrance bangunan terdapat dua bagian yaitu disebelah selatan dan barat. Pada bagian selatan untuk melayani pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi (menggunakan taksi atau diantar) sedangkan pada entrance disisi barat untuk pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi yang kemudian dapat memarkirkan kendaraanya di area parkir dibasement (elev. -5.10 dan -6.70) maupun diopen space (elev. -2.50). Adanya penurunan ketinggian ini dimaksudkan

agar terjadinya privasi pada pengguna bangunan ini. Tersebar nya area parkir di setiap bagian untuk memenuhi kebutuhan akan efisiensi sirkulasi bagi kaum urban.

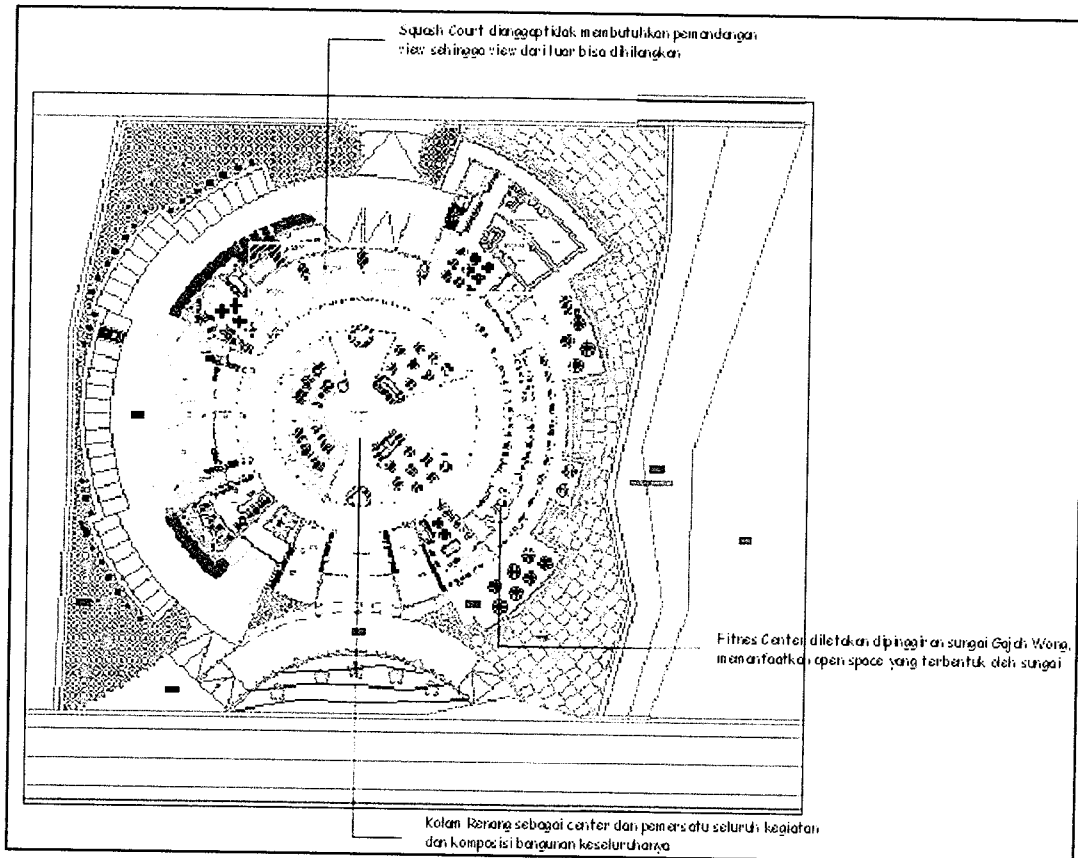
4.2. PENDEKATAN PENATAAN RUANG DALAM BANGUNAN

Pendekatan dalam penataan ruang dalam adalah dengan mentransformasikan perilaku dan gaya hidup dari metroseksual kedalam penataan ruang dalam bangunan. Maka perwujudan dalam ruang dalam bangunan ini adalah bagaimana menciptakan ruang dalam yang dapat menyediakan tempat untuk bergaya dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi calon metroseksual untuk ikut didalamnya.

Proses mempengaruhinya adalah dengan adanya aktivitas show off yang dilakukan oleh orang-orang yang sudah menjadi metroseksual pada fasilitas olah raga maka ketertarikan pengunjung yang belum ikut untuk bergabung didalamnya maka mereka akan berusaha menjadi metroseksual dengan melakukan perawatan dan berbelanja untuk merawat dirinya agar cukup percaya diri untuk bergabung didalamnya.

4.2.1. Sport Center

Dalam pengaturan Sport Center diupayakan suasana dan kegiatan yang ada didalamnya dapat dirasakan oleh pengunjung lain yang tidak berolah raga namun privasi dari pada orang-orang yang berolah raga tetap terjaga. Walaupun dengan kemampuan dan tingkat kesopanan yang tinggi dari pengunjung dengan sendirinya tidak akan mengganggu privasi orang lain namun secara psikologis hal tersebut tetap harus dilakukan. Hal lain dengan ada pembatasan tersebut akan menimbulkan persepsi adanya perbedaan diantaranya dan akan memacu timbulnya ketertarikan untuk berada ditempat tersebut.



Gambar 4.2 Sport Center

Hubungan ruang-ruang yang ada sebagai berikut :

- Squash Court

Untuk Squash Court ini tidak ada spesifikasi yang khusus dan penggunaan lahan yang cukup besar atau spesifik maka dapat diletakkan diantara pertokoan sehingga orang-orang yang berbelanja dapat melihat aksinya saat berolah raga. Ada dua cara peletakan squash court dengan store yang ada dengan adanya penurunan level ketinggian lantai sehingga adanya penciptaan daerah introvert pada area tersebut. Area tunggu berada disamping lapangan squash agar dapat menyaksikan jalannya permainan dengan lebih jelas sehingga area tunggu dibelakang lapangan akan lebih lenggang, dan pengunjung dapat memelihat aksi pemain squash dengan tidak terlalu banyak hambatan.

- **Fitness Center**

Melihat dari intensitas lama dari kegiatan ini dan dari sifat kegiatan yang mengarah pada relaksasi maka peletaknya berada disisi timur sehingga dalam proses kegiatan view yang ada pada pinggiran sungai Gajah Wong dan Space bebas yang terbentuk didalamnya dapat digunakan sebagai orientasi pelaku kegiatan. Dari selasar yang bersebelahan dengan ruang ini, pengunjung tidak hanya akan melihat kegiatan yang ada didalamnya namun juga dapat merasakan pengalaman saat ada didalam sana karena lebar dari ruang fitness ini yang tidak terlalu lebar. Dengan adanya selasar keluar ruang yang mendekati kearah sungai akan membuat ketertarikan kepada pengunjung untuk masuk dan bergabung dalam ruang ini karena terbayangnya pengalaman yang menarik yang akan kita rasakan disana. Selasar tersebut sebagai penghubung area fitness center pada lantai 1 dengan lantai 2 dan juga ruang aerobik & yoga. Tangga yang diletakan diluar ruang memberikan suasana romantisme yaitu dengan bersentuhan langsung dengan alam (udara terbuka) dan akan memberikan tampak eksterior yang menarik

- **Kolam Renang**

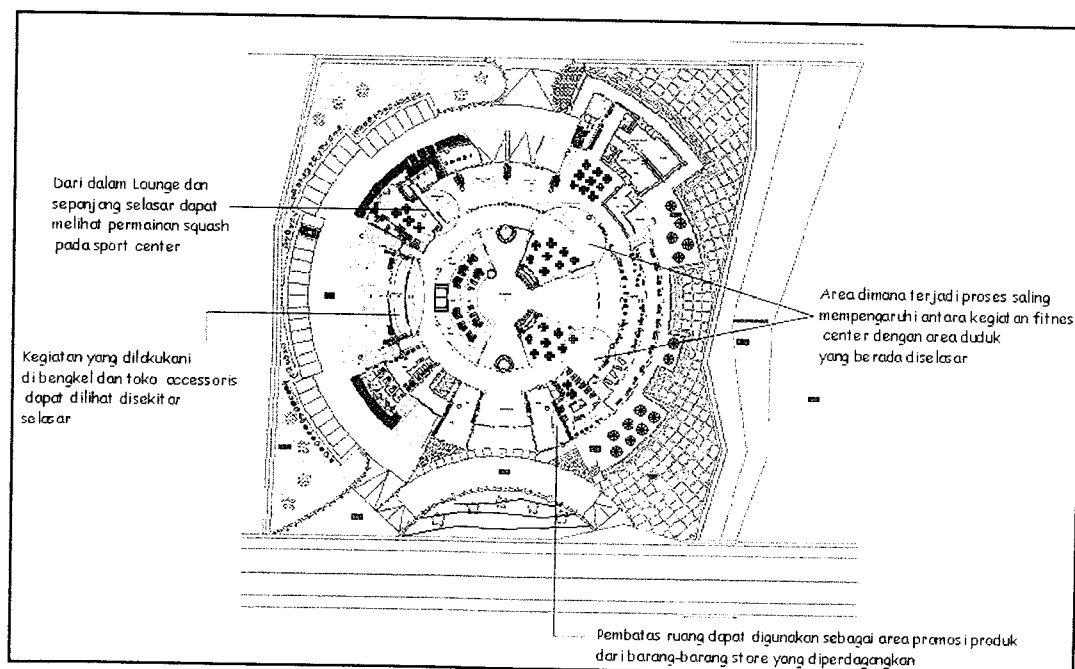
Permukaan Kolam renang terdapat pada ketinggian pertengahan antara lantai 1 dan basement. Dimana dengan fungsi ini sebagai pusat pemersatu dari seluruh rangkaian pengaturan ruang dan pergerakan sirkulasi yang berupa void pada bangunan ini hal tersebut karena besarnya luasan yang diperlukan dalam kegiatan fungsi ini. Ruang disekitar kolam terletak pada daerah barat dimana dari situ dapat melihat kondisi luar ruang disisi timur dan tentu akan sangat menarik jika perenang dapat merasakan lebih dekat dengan berenang kearah timur. Area ini mempunyai hubungan hanya dengan basement sedangkan dengan lantai 1 dibuat lebih privat karena lantai 1 merupakan akses utama dalam entrance dan dengan pembatasan akses pengunjung akan menjadi tertarik untuk mencari tahu dan

mengunjungi lantai basement. Dengan berada di basement hal menarik yang dapat kita lihat adalah dari transparannya di dinding kolam sehingga pengaruh untuk mengajak akan lebih dirasakan. Dari kondisi tersebut perenang dapat memamerkan dirinya tidak hanya pada saat di area pinggir kolam namun di dalam kolam renang pun bisa.

- Kamar Mandi, Sauna dan Loker

Fasilitas ini terbagi menjadi dua yaitu di lantai 1 untuk melayani kegiatan fitness dan Squash dan pada lantai basement untuk melayani kegiatan di kolam renang. Hal tersebut dipisah karena kolam renang berkecenderungan untuk area yang basah dan becek sehingga akan mengurangi kenyamanan pengguna apabila disatukan. Dalam penataannya sauna diletakkan berdekatan dengan pintu masuk sehingga bila ada kerusakan dan ada teknisi yang menservis pengguna tetap dapat melanjutkan kegiatan lainnya di dalam ruang tersebut.

4.2.2. Social Center

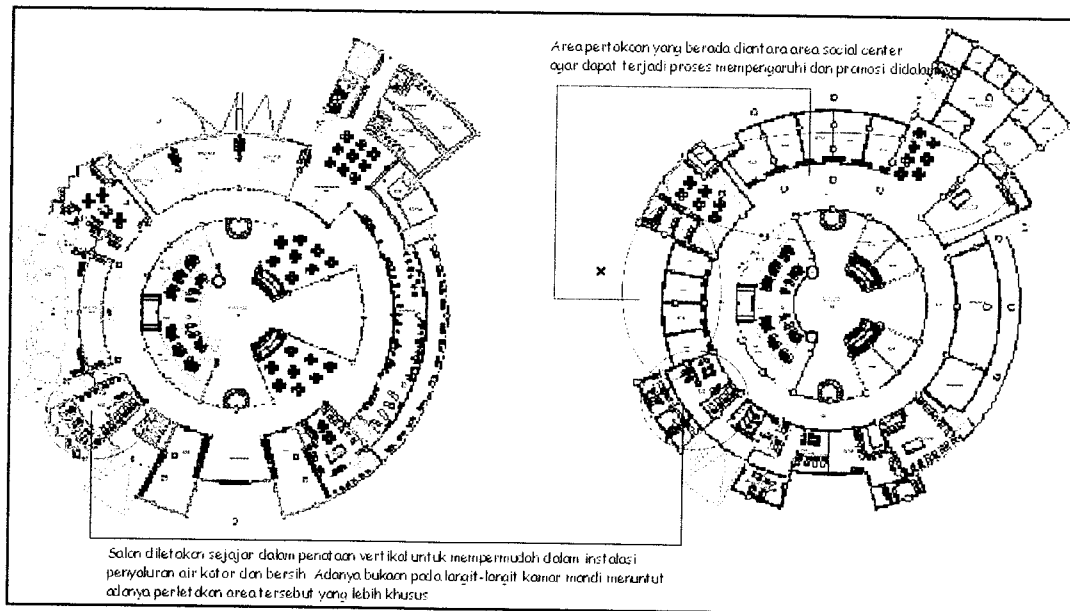


Gambar 4.3 Social Center

Konsep utama yang digunakan sebagai patokan perencanaan adalah bahwa melalui Social Center pengunjung harus dapat menyaksikan berbagai kegiatan di tiga tempat, yaitu Sport Center, Car Accessories, dan Fashion Store. Penentuan peletakan fungsi yaitu dengan diletakan pada daerah-daerah yang mempunyai space untuk dijadikan area tempat duduk pada interior bangunan dan harus tersebar pada tiap lantainya. Sedangkan untuk dapat area tempat duduk diluar ruang bukan suatu masalah karena tidak ada ruangan yang menumpuk sehingga untuk mendapatkan pandangan keluar dan membuat bukaan keluar bukan masalah. Hanya harus mempertimbangkan kenyamanan kaitanya dengan intensitas cahaya yang masuk pada ruang tersebut. Hubungan fasilitas ini mayoritas berbaur dengan lingkungan interior pada keseluruhanya. Karena dari fasilitas ini yang menjembatani proses saling mempengaruhi tersebut. Peletakan berdekatan dengan sesama fungsi ruang sedapat mungkin dihindari.

4.2.3. Salon

Dalam penentuan peletakan salon dihindari terjadinya peletakan yang bersebelahan dan pendistribusianya harus merata dalam tiap lantainya. Dengan adanya perbedaan luasan terhadap lantai diatasnya dimanfaatkan untuk memasukan unsur alam kedalam ruang (biasanya pada area kamar mandi atau treatment relaksasi seperti pijatan) sehingga dapat menjadi daya tarik bagi penataan eksterior dan pengalaman yang berbeda yang menarik bagi pengguna fasilitas ini. Hubungan fungsi ini dengan ruang dalam bangunan berhubungan terbatas dan tidak langsung. Yang dimaksud disini adalah beberapa kegiatan pada ruang ini memang sengaja dipertontonkan dengan tema tiap salon terdapat berbeda namun pada treatment tertentu akan menjadi sangat privasi. Kegiatan yang dimungkinkan dipertontonkan adalah seperti memotong rambut, creambath, dll (perawatan rambut).



Gambar 4.4 Salon

4.2.4. Pertokoan

Pengaturannya menyesuaikan diantara rangkaian ploting sport area, sosial center dan salon, nilai ekonomis pertokoan tetap dapat terjaga karena bentukan gubahan masa yang memusat. Meletakan area pertokoan diantara ketiga fungsi tersebut merupakan magnet dari komunitas yang menjadikan sirkulasi dalam bangunan ini menjadi dinamis.

4.3. PENDEKATAN KONSEP TAMPILAN BANGUNAN

4.3.1. Penampilan Interior

Penampilan interior dengan menggunakan material kaca dan rangka profil baja sebagai pengeksporan kesan modern dimana untuk area-area yang bersifat publik dan area-area yang digunakan untuk mempengaruhi lingkungan luarnya dan pada keseluruhan format interior dipadukan terhadap unsur natural dalam ruang yang lebih soft karena dalam interior ini merupakan transformasi dari feminimisme seorang metroseksuak. Motif material yang abstrak dengan warna-warna natural.



Gambar 4.5 Penggunaan warna natural pada interior

Dari gambar diatas penggunaan warna gelap sangat mencitrakan suatu yang maskulin namun dalam balutan yang lebih lembut dan soft. Namun tetap modern dengan tampilan display pada area perdagangan dan unsur natural tetap ada dari penggunaan interior yang menggunakan bahan dasar dari kayu.

4.3.2. Penampilan Eksterior

Penampilan eksterior didapat dari perwujudan dari penyamaran bentuk lingkaran pada luar bangunan yang hal tersebut dilakukan karena alasan-alasan sebagai berikut :

- Dari persepsi awal bahwa laki-laki tidak menyukai bentukan yang penuh dengan lekukan yang lembut, sehingga agar pria tradisional akan enggan untuk masuk.
- Dari kondisi peletakan masa bangunan yang tidak menguntungkan pada area site mengakibatkan bangunan akan banyak mengenai sinar matahari.
- Untuk pengurangan beban panas tyang diterima oleh bangunan akibat hal diatas kaitanya dengan efisiensi dalam penggunaan energi untuk penghawaan buatan.

Dari hal tersebut dalam pembauran tampak bangunan diwujudkan dalam permainan shading vertikal maupun horizontal dan material yang digunakan adalah perpaduan antara baja, cor-coran beton dan kayu.

BAB V

HASIL PERANCANGAN

5.1. PENATAAN RUANG LUAR BANGUNAN

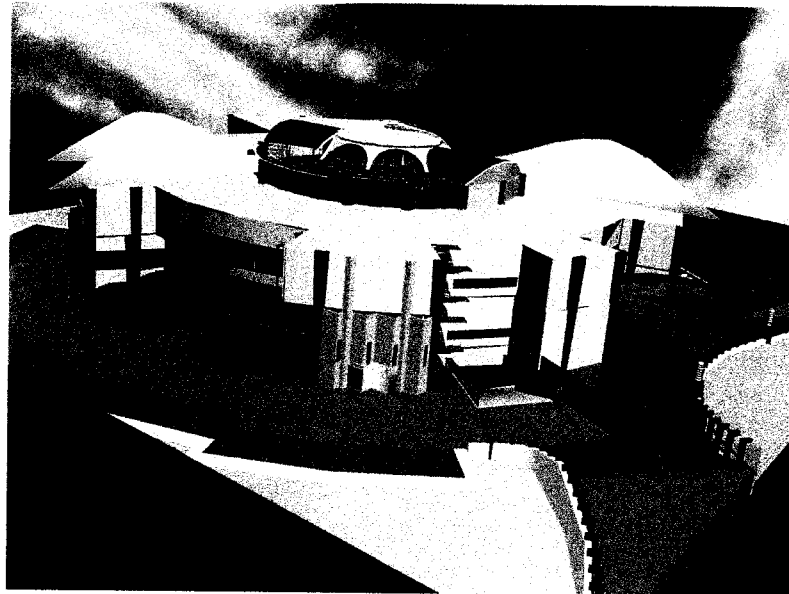
5.1.1. Entrance, Parking Area dan Bengkel Accessoris

Pengunjung datang dari sebelah selatan memasuki site dihadapkan pada 2 (dua) jalur yang dipisahkan oleh pagar. Hanya untuk menurunkan penumpang dan langsung keluar bangunan. Jalur Entrance tersebut berada disebelah timur dimana terjadi penurunan ketinggian menjadi -1.50 (ketinggian ring road +0.00) agar mulai tercipta privasi bagi pengunjung, dengan ketinggian tersebut diharapkan keberadaan entrance dan bangunan tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat umum yang melalui jalan utama. Pagar pemisah ketinggiannya tidak lebih dari 1 m agar tidak terkesan adanya pemisahan, kecuali pada bagian sisi barat ada pemisahan tegas dan masif agar kegiatan pada bangunan lain disisi barat bangunan tidak mengganggu. Jalur entrance pada sisi barat terjadi penurunan ketinggian tanah menjadi -2.50 yang kemudian menuju area parkir. Gerbang Entrance merupakan rangkaian dari baja silinder yang ditutup oleh polycarbonate.

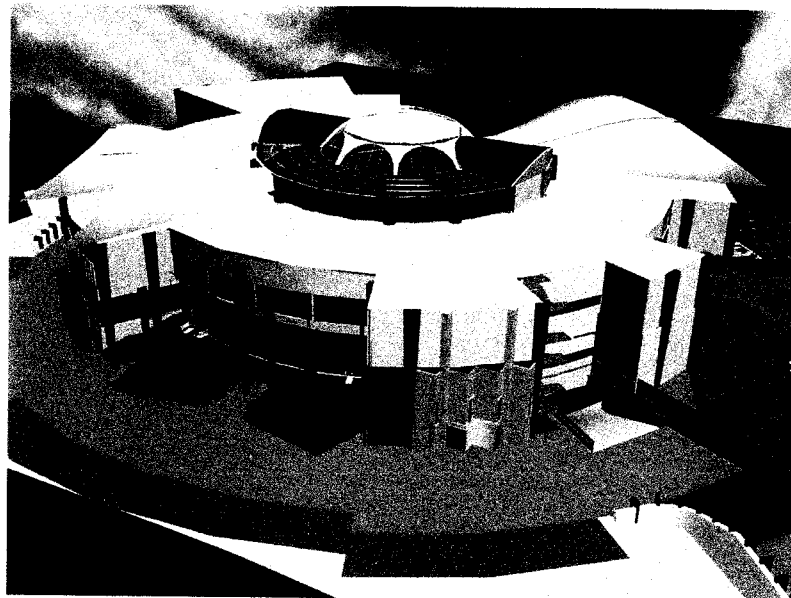
Perkerasannya area parking menggunakan kon blok agar tidak mengganggu peresapan air yang ada pada site tersebut. Entrance sebelah barat terdapat bengkel accessoris yang menjadi mark dari metroseksual sedangkan jalur akses menuju dalam bangunan terdapat diantara ruang tersebut. Level ketinggian pada Bengkel accessoris dibuat lebih tinggi untuk memberikan kesan pengutamaan kegiatan. bahan penutup lantai yang digunakan adalah tatananbatukoral dengan spesi.

Bentukan kolom yang membesar dibagian atas merupakan perlapisan menggunakan pasangan batu bata dari dimensi kolom utamanya. Bentuk ini sebagai memperkuat karakter tampak dalam pembentuk kesan kokoh dan mewah dalam tampak luar maupun interior

bangunan. Dalam Tampak Eksterior bukaan yang mengakses pada bukaan luar diminimalkan hal tersebut untuk menjebak pengung terfokus pada kegiatan yang ada didalamnya sehingga proses interaksi untuk mempengaruhi pengunjung dapat berjalan dengan baik. Disisi lain untuk menghilangkan kesan *berjualan* pada tampak bangunan agar pria tradisional tidak segan untuk masuk didalam bangunan.



Gambar 5.1 Entrance

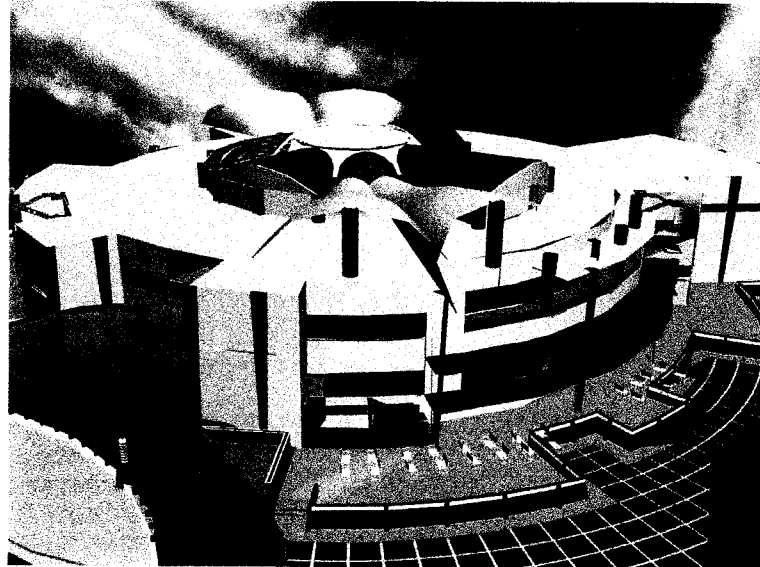


Gambar 5.2 Entrance (2)

5.1.2. Teras Luar

Batas Roi sungai yang terbentuk menghasilkan area open space yang luas. Dimana area tersebut dibagi menjadi 2 elevasi ketinggian yaitu elev. -3.35 yang digunakan sebagai area duduk-duduk dan juga area evakuasi sementara dari tangga darurat yang ada ditenggara dan timur laut. Terdapat bukaan dibawah selasar ruang fitness center sebagai tembusan dari atap interior sehingga dari kolam renang dapat langsung melihat keluar bangunan. Pada ketinggian ini terdapat akses ke lobby entrance dan pada area parkir sisi utara. Penutup lantai yang digunakan batu alam. Pinggiran terdapat pembatas berupa turap yang juga berfungsi sebagai penahan tanah. Material penutup yang digunakan adalah batu susun sirih dan batu kali.

Pada elevasi -4.00 dimanfaatkan sebagai area jalan-jalan. Pola penutup lantai berupa grid perluasan pola kolom dari bangunan yang terbentuk atas persegi empat (beton rabat atau batu kali) dan list garis (rumput) sehingga penyerapan air tidak terhambat.



Gambar 5.3 Teras Luar



Gambar 5.4 Teras Luar (2)

5.1.3. Tangga Darurat dan Special Event

Tangga darurat terdapat pada 5 buah yang tersebar diseluruh bangunan. Tiga diantaranya keberadaanya diekspose dan satu diantaranya digunakan dalam operasional kesehariannya. Yaitu pada sisi timur laut, sebagai akses fitness center lantai 1 dengan lantai diatasnya.

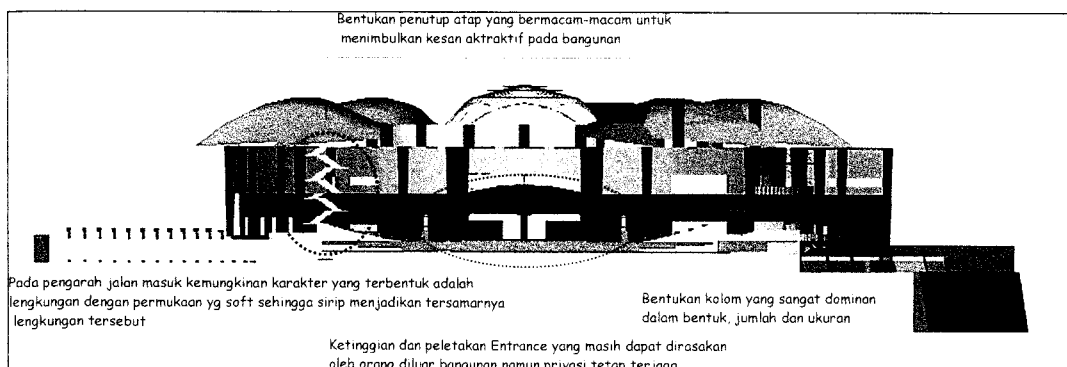
Spesial Event yang dimaksudkan disini adalah untuk menanggapi kegemaran kaum metroseksual yang suka mengadakan pesta. Atap membran dimanfaatkan sebagai penambah estetika dan sebagai pelindung sementara apabila kondisi cuaca yang tiba-tiba buruk. Atap dak beton dapat dimanfaatkan sebagai area party dimana penataannya sebagai berikut :

- Area stage berada dibagian timur laut bangunan sehingga dalam pendistribusian kebutuhan pesta dapat menggunakan lift dan tangga darurat yang ada didaerah itu, sehingga kendaraan pengangkutnya tidak akan mengganggu area parkir yang pengunjung.
- Akses peserta pesta melalui tangga darurat yang terbuka (diekspos) untuk memberikan kesan petualangan

5.1.4. Fasad Bangunan

Fasad Bangunan terbentuk dari pengaturan layout ruang dalam yang dituntut melingkar sebagai efisiensi kegiatan yang ada didalamnya juga sebagai perwujudan sifat fashion yang dinamis, mengalir dan berulang. Untuk bukaan diminimalkan kearah luar bangunan untuk memusatkan keseluruhan kegiatan kearah dalam bangunan agar proses saling mempengaruhi dapat berjalan dengan baik. Sedangkan metode pendekatan yang digunakan adalah metafora. Dalam dasar penetapan bentuknya disini bentukan wanita diartikan pada bentukan yang masih murni seperti lingkaran, namun lingkaran yang sudah diolah (ditambah atau dikurangi bentuknya) maka dipresepsikan sebagai laki-laki.

Dari komposisi keseluruhan bentukan kolom sangat mendominasi disini. Dengan adanya pembesaran ukuran pada bagian atasnya menjadikan bentukan kolom ini lebih tegas dan dramatis sehingga mendukung kesan elegan dengan dipadu oleh atap kubah pada interior didalam bangunan. Bentuk tersebut metamorfosa dari bentukan tubuh proporsional seorang laki-laki dimana dada yang bidang menjadi hal yang sangat spesifik yang ingin dikembangkan dan ditampilkan. Bentuk dasar dari kolom yang bundar merupakan sisi feminim dan kelembutan dari pria yang tegas, kuat dan kokoh.



Gambar 5.5 Tampak Selatan

Keragaman bentukan atap dan material penutupnya agar terbentuk bentukan yang atraktif sebagai metamorfosis dari fashion itu sendiri dan bentukan atap yang tidak utuh seperti dome yang tidak utuh dan terdapat



bukaan-bukaan, atap membran yang hanya bagian tertentu saja dan atap kurva.

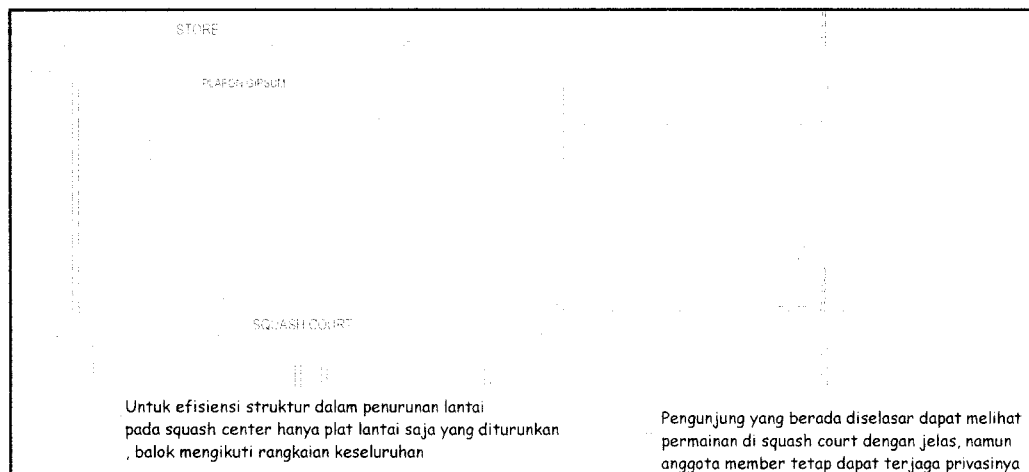
Pengeksposan tangga darurat, permainan over laping lantai, penutup atap dan landscape menjadi pembentuk kesan 'kasar' pada tampak yang melingkar sehingga feminimisme bentuk tersebut dapat tersamarkan.

5.2. PENATAAN RUANG DALAM BANGUNAN

5.2.1. Sport Center

- Squash Court

Posisi pengguna atau peserta dengan pengunjung sejajar terhadap posisi squash court. Jarak pandang yang membedakan keberadaan keberadaan mereka. Bagi pengguna juga dapat menonton dari samping lapangan squash.



Gambar 5.6 Potongan Squash Court

- Kamar Mandi, Loker dan Sauna

Terdapat ruang perantara antara lobby sport center dan ruang ini, yang juga berfungsi sebagai jalur evakuasi untuk pengunjung squash court dan lobby menuju tangga darurat ditimur laut.

- Pengawas, Dapur

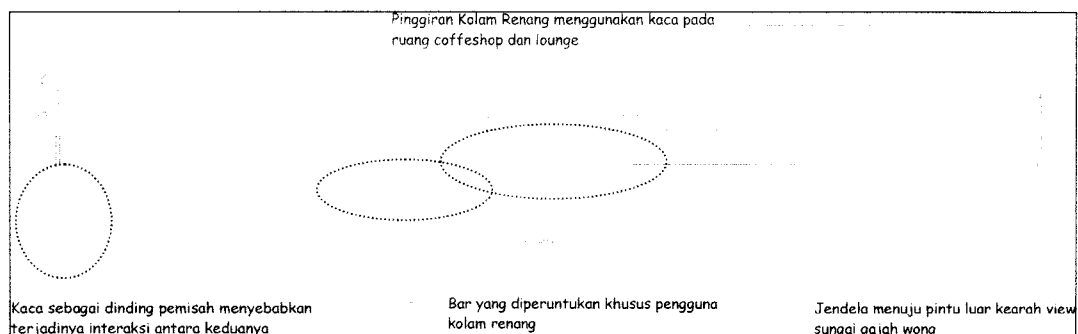
Pengawas dan dapur menjadi satu bagian privat yang tidak boleh diakses selain petugas.

- **Fitness Center**

Terdapat tangga terbuka yang digunakan sebagai penghubung antara ruang ini dengan ruangan di atasnya dengan fungsi yang sama sekaligus berfungsi sebagai tangga darurat. Kaca yang digunakan sebagai pembatas ruang memiliki motif dengan intensitas transparansi yang berbeda. Motif yang dipilih adalah abstrak, simetri,

- **Kolam Renang**

Kolam renang sebagai pembentuk void dari keseluruhan ruang dalam pada bangunan ini. Pada area duduk-duduk dipinggiran kolam renang dapat melihat secara langsung kearah pepohonan dipinggiran sungai Gajah Wong.



Gambar 5.7 Potongan Kolam Renang

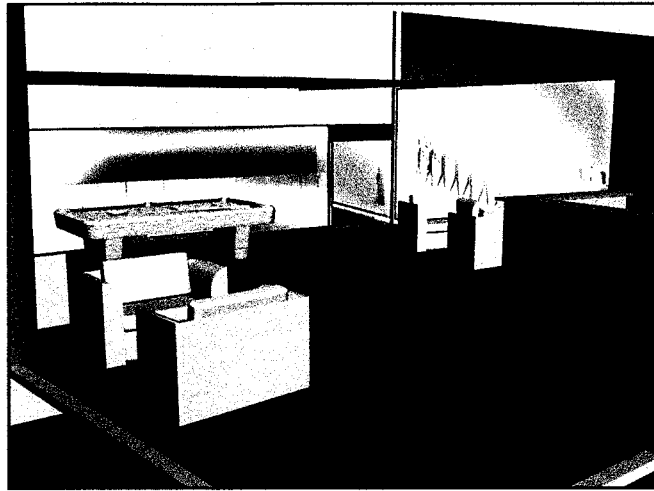
5.2.2. Social Center

- **Lounge dan Coffeshop**

Menghindari bukaan kearah luar bangunan atau bukaan hanya kecil dan posisinya sejajar dengan meja sehingga tidak menjadi fokus utama pengelihatannya. Pengalihan pemandangan lebih kearah bengkel asecoris, squash court, kolam renang dan store. Jenis penutup lantai yang digunakan adalah parket. Permainan ketinggian plafon dan intensitas pencahayaan sebagai pembentuk suasana. Pada bagian yang menjadi fokusnya pencahayaan yang digunakan adalah direct



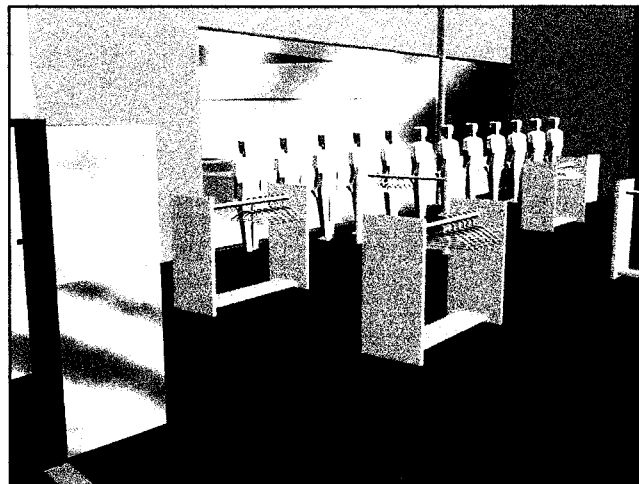
sedangkan sebagai pada area duduk pencahayaan yang digunakan adalah difuse sehingga menimbulkan kesan privasi dan rileks pada bagian tersebut.



Gambar 5.8 Coffe Shop

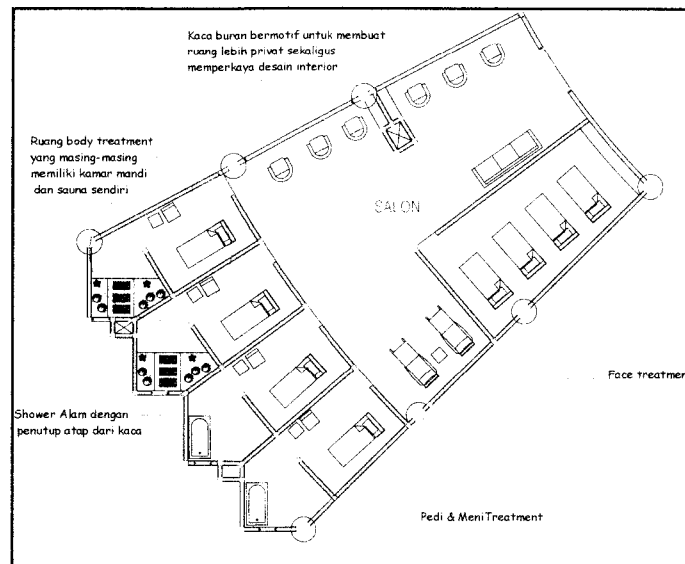
5.2.3. Fashion Store

Fashion and Beauty Store sebisa mungkin dapat mempromosikan dirinya sendiri kedalam bangunan (kearah selasar, social center, sport center) sehingga pembatas ruangan yang banyak digunakan adalah kaca bening. Sebagai batas terhadap ruang luar bangunan menggunakan penutup yang massif secara tidak langsung sehingga dapat dimanfaatkan dalam penataan interior lightingnya.



Gambar 5.9 Fashion Store

5.2.4. Salon



Gambar 5.10 Beauty Salon

Pada penataan layout salon ruang hair cut menjadi bagian yang dibuat transparan dan dapat berinteraksi dengan ruang lain dibangunan ini. Untuk ruang lainnya dibuat lebih privat. Di masing-masing ruang body treatment memiliki kamar mandi dengan 2 macam pilihan yaitu dengan bathtub atau shower. Suasana ruang ini diupayakan dekat dengan alam dengan menggunakan penutup atap yang transparan dan membuat taman dan finishing unsur alam pada kamar mandi yang menggunakan shower. Material yang digunakan pada ruangan tersebut adalah batu kali dengan spesi pada lantainya untuk taman dengan perpaduan batu hias dan tanaman-tanaman perdu rendah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Barry, Sir Gerald, *The Art. Man's Creative Imagination*, Doubleday & Company Inc, New York.
2. Ernst Neufert, *Data Arsitek Jilid 1&2*, Erlangga, Jakarta, 1989
3. Fajrianto, *Diktat Perencanaan Tapak 2*, 2002
4. Francis DK Ching, *Arsitektur: Bentuk Ruang dan Susunannya*, 1996
5. Frics, RI Northen & M. Haskoll Friba Arias FFB, *Shopping Center*, College of Estate Management, March 1977
6. Poerbo, Hartono, *Utilitas Bangunan*, Djambatan, Jakarta, 1992
7. Ketchum, Morris, Ir, F.A.I.A, *Shop and Store*, Reinhold Publishing Corp, 1957
8. Maithland Bary, *Shopping, Planing and Design*, Nichols Publishing Co, New York, 1987
9. Nadine, Bendington, *Design For Shopping Center*, Bitterworth Design Series, London, 1982
10. PAPMI, *Diktat Penduan Umum Merancang Mode*, 1988
11. Rubenstein H.M, *Central City Mall*, 1978
12. Rustam Hakim, Ir, *Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap* , 2002
13. White, Edward. T., *Sumber Konsep*, 1975
14. Yuswohady, *Chief of Corporate & Strategy*, Practice mark Plus & Co, 28 April 2004
15. www.virtualkiev.com
16. www.premier-palace.com
17. www.google.com
18. www.detik.com
19. www.yahoo.com



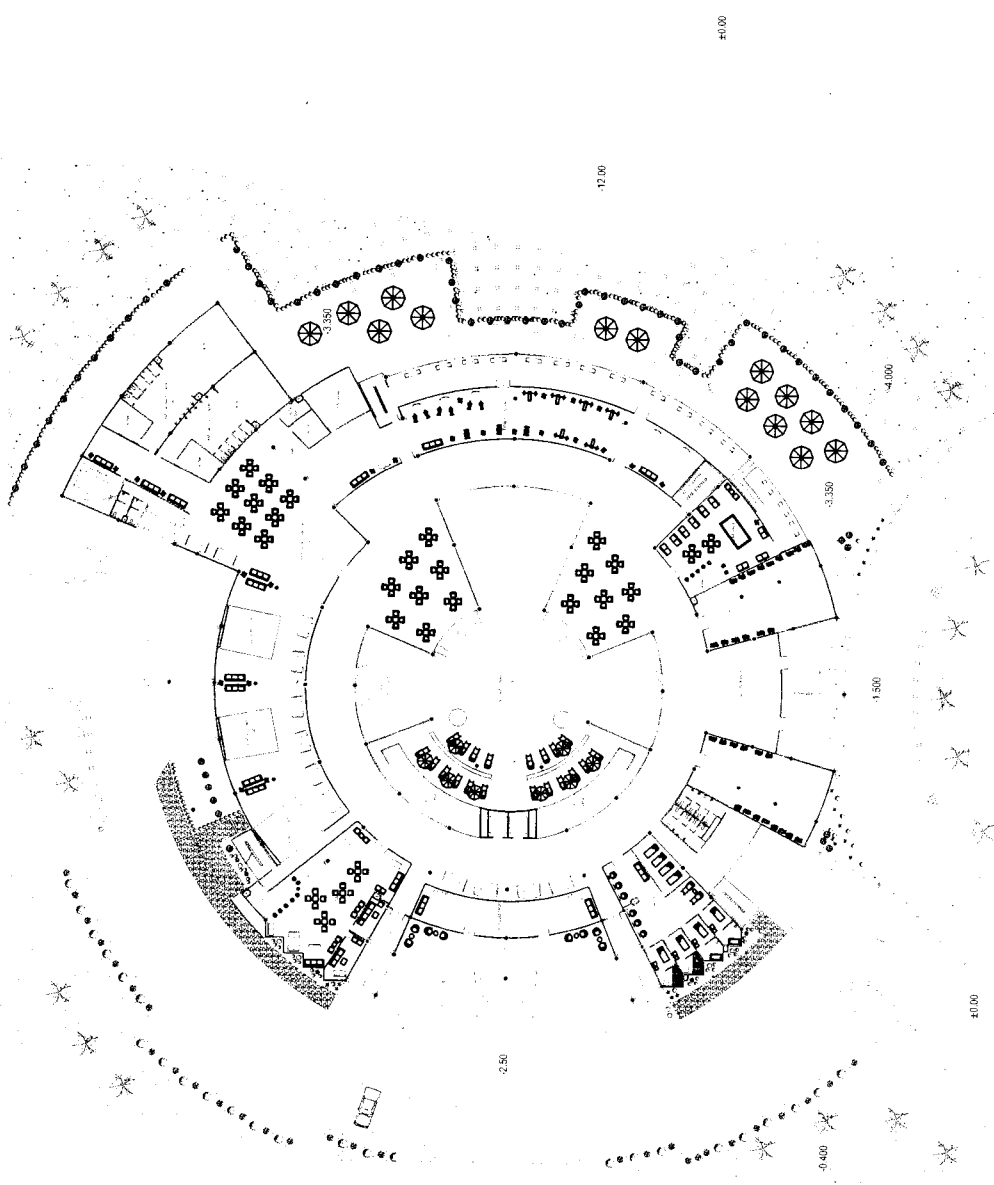
TUGAS AKHIR
 JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

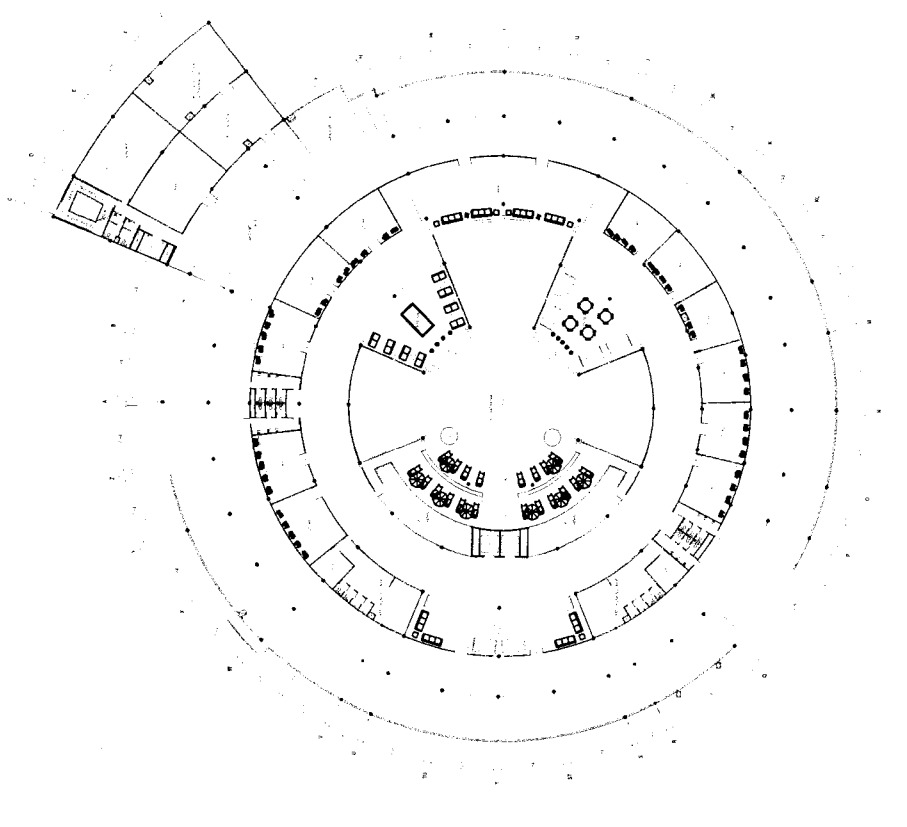
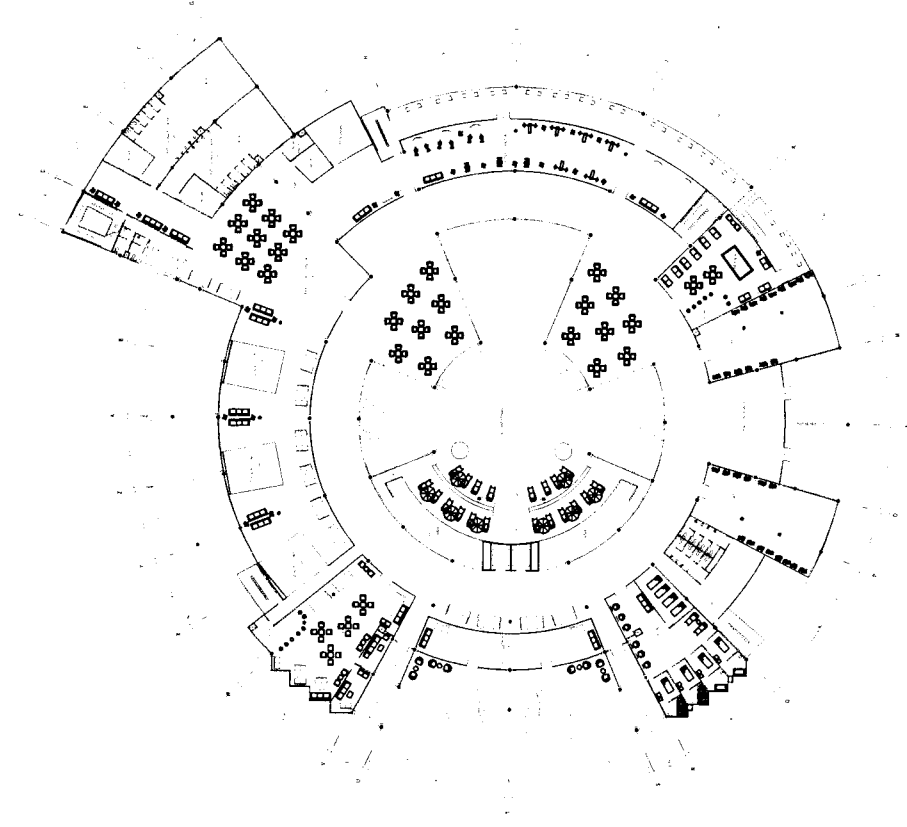
PERIODE IV
 TAHUN AKADEMIK
 2004/2005

FASHION AND BEAUTY CENTER
 TRANSFORMASI/DIDUJUKAN FASHION DAN KECAKTIKAN
 PADA PENATAAN DAN FASAD BANGUNAN

DOSEN PEMBIMBING Ir. Arman Yulianta, MUP
IDENTITAS MAHASISWA NAMA MIA JABEEN
 NO. MHS 01 512 035
 TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR DENAH BASEMENT & LANTAI 1
SKALA NO. LBR JML LBR PENGESAHAN
 1 : 200





TUGAS AKHIR
 JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

PERIODE IV
 TAHUN AKADEMIK
 2004/2005

FASHION AND BEAUTY CENTER
 TRANSFORMASI DOKUMEN FASHION DAN KECAANTIKAN
 PADA PENATAAN DAN FASAD BANGUNAN

DOSEN PEMBIMBING
 Ir. Arman Yulianta, MUP

IDENTITAS MAHASISWA
 NAMA MIA JABEEN
 NO. MHS 01 512 035
 TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR
 DENAH BASEMENT
 & LANTAI 1

SKALA NO. LBR JML LBR PENGESAHAN
 1 : 200



TUGAS AKHIR
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

PERIODE IV
 TAHUN AKADEMIK
 2004/2005

FASHION AND BEAUTY CENTER

TRANSKRIPSI ME-THESIS/TAJUK/DIRUMAH FASHION DAN
 KEUNTUNGAN PADA PERENCANAAN MUMUK DAN P.340 BANGUNAN

IDENTITAS MAHASISWA
 NAMA : MIA JABEEN
 NO. MHS : 01 512 035
 TTD :

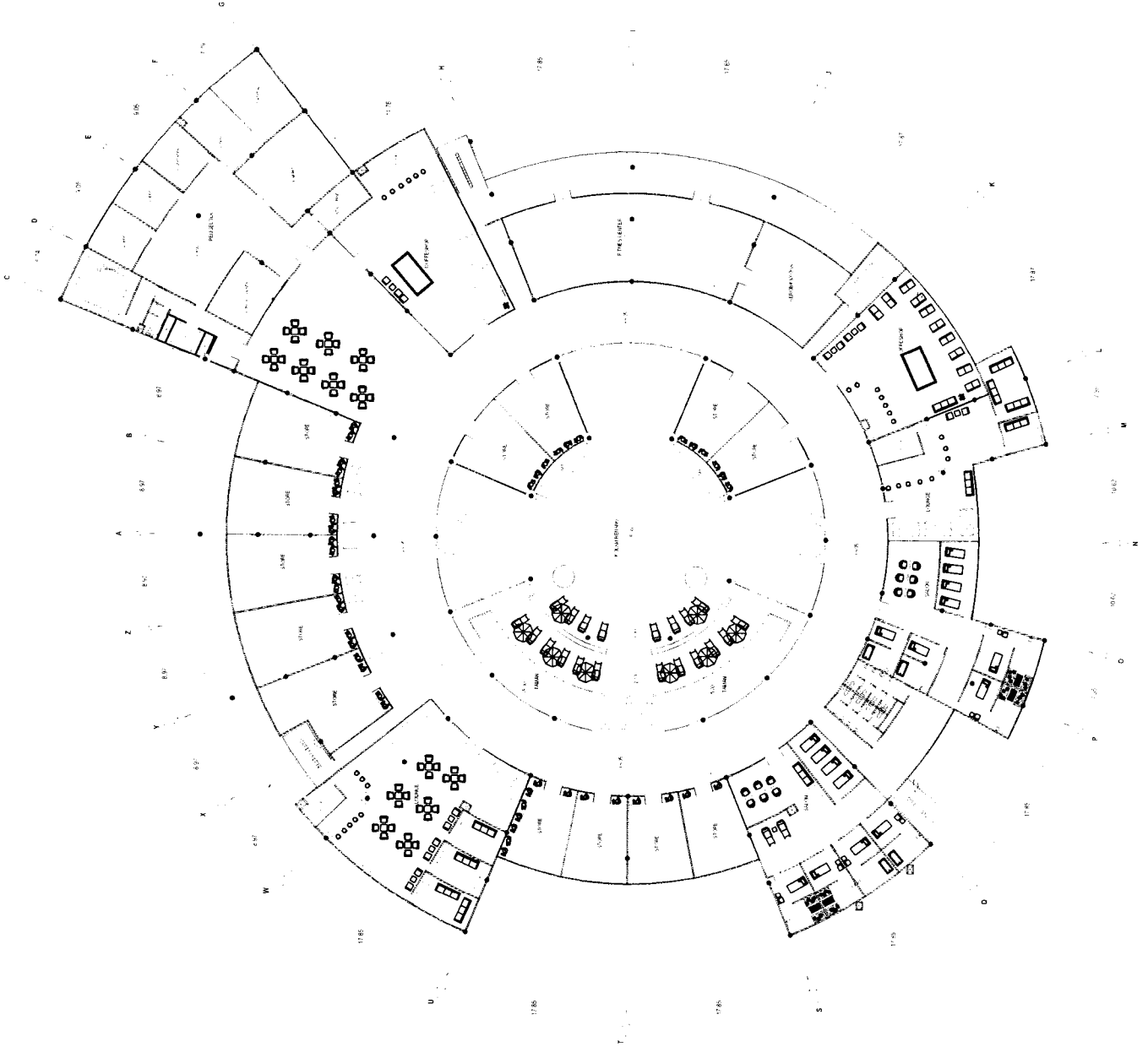
DOSEN PEMBIMBING
 Ir. Airman Yulianto, MUP

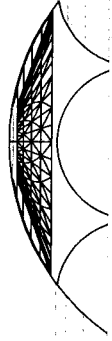
NAMA GAMBAR SKALA

DENAH LANTAI 2
 (Elev. +6.05)

NO. LBR JML LBR

PENGESAHAN





TUGAS AKHIR

JURUSAN ARSITEKTUR

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

PERIODE IV
TAHUN AKADEMIK
2004/2005

FASHION AND BEAUTY CENTER

TRANSFORMASI METROSESJAL GORONGA, FASHION DAN KECANTIKAN PADA
PENATAAN RUANG DAN FASAD BANGUNAN

DOSEN PEMBIMBING

Ir. Arman Yulianta, MUP

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA

MIA JABEEN

NO. MHS

01 512 035

TANDA TANGAN

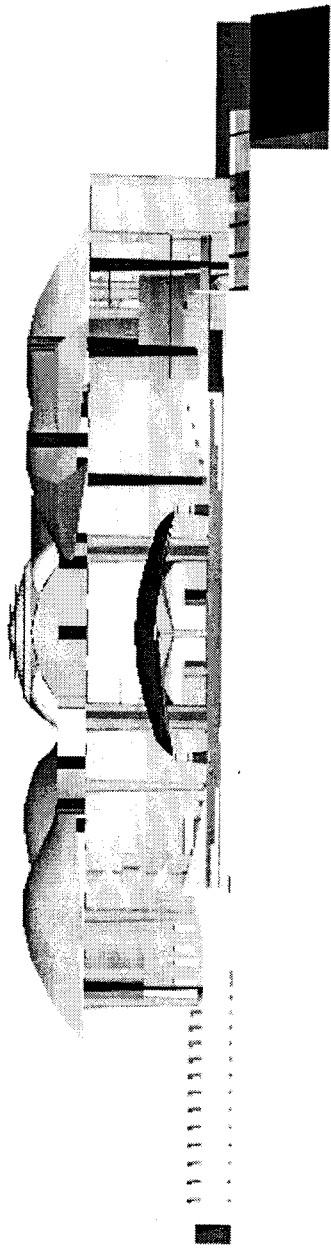
NAMA GAMBAR

TAMPAK 1

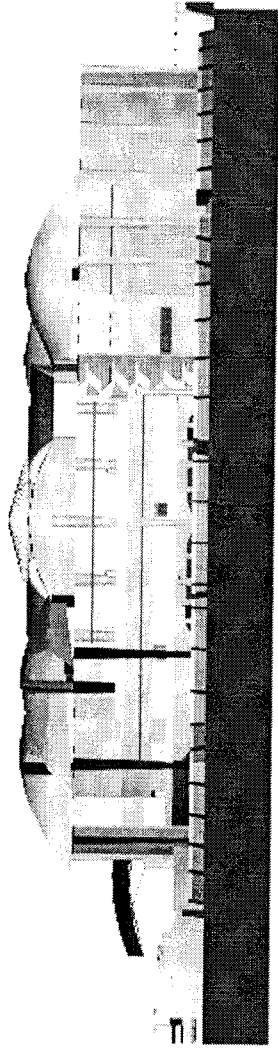
SKALA NO. LBR JML LBR

1 : 100

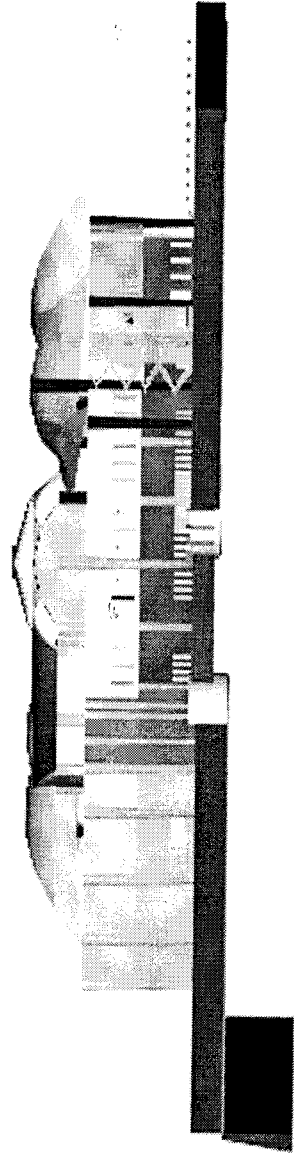
PENGESAHAN



TAMPAK SELATAN

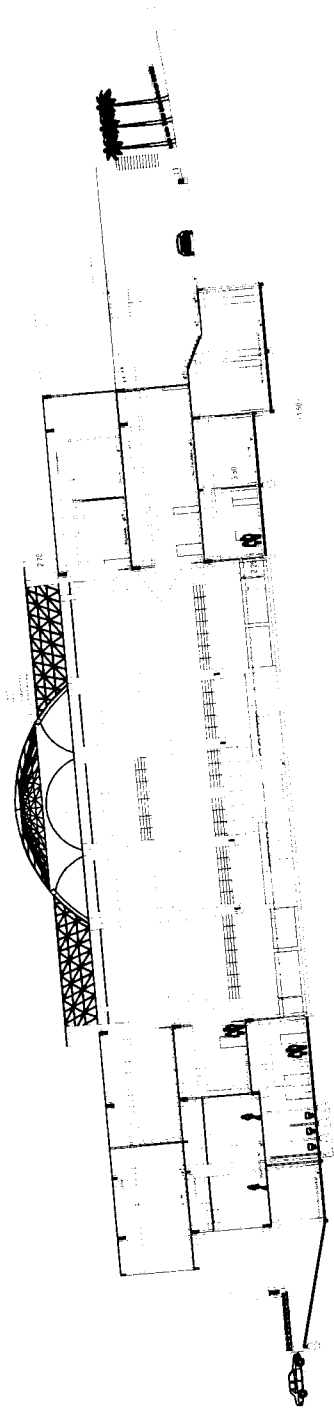


TAMPAK TIMUR



TAMPAK UTARA





TUGAS AKHIR

PERIODE IV
TAHUN AKADEMIK
2004/2005

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN



FASHION AND BEAUTY CENTER

DOSEN PEMBIMBING
Irf. Arman Yulianta, MUP

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA MIA JABEEN
NO. MHS 01 512 035
TANDA TANGAN

NAMA GAMBAR
POTONGAN

SKALA NO. LBR JML LBR PENGESAHAN
1 : 200