

TUGAS AKHIR

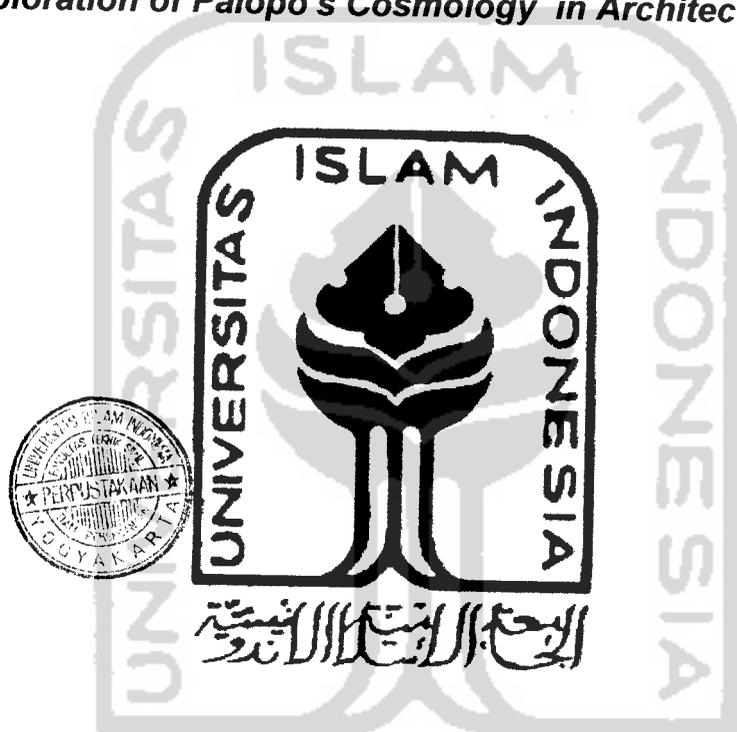
PERPUSTAKAAN FTSP UII
HABIS/DELI
TGL. TERIMA : 28-11-2007
NO. JUDUL : 2593
NO. INV. : 5120002593001
NO. INDUK. : 002593

# CULTURAL SHOPPING MALL DI PALOPO

Eksplorasi Kosmologi Kota Kuno Palopo abad ke XVII  
dalam Rancangan Arsitektural

## PALOPO CULTURAL SHOPPING MALL

*The Exploration of Palopo's Cosmology in Architectural Design*



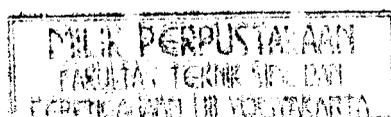
Disusun Oleh :

**ENDAH CIPTANING PUSPITASARI**

0 2 5 1 2 2 0 2

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA

2007



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya Perancangan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun terima kasih yang tak terhingga kepadaNya yang telah memudahkan jalan menuju penyelesaian buku ini.

Tak lupa pula terima kasih saya ucapkan kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta yang selalu memberi inspirasi dan semangat selama proses tugas akhir ini. Dukungan mereka telah membawa buah yang manis dalam penciptaan karya perdana ini.

Buku ini merupakan curahan gagasan dan kreativitas saya yang berisi tentang pemikiran perancangan sebuah shopping mall yang diakulturasikan dengan nilai kebudayaan lokal sehingga menjadi tempat perbelanjaan yang mewadahi aktivitas komersial, hiburan dan mampu mengangkat nilai kebudayaan setempat. Semoga karya ini dapat memberi manfaat dan inspirasi bagi teman, sahabat, adik - adik tingkat dan siapa saja yang membacanya.

Pada akhirnya, mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam karya ini, karena manusia tak luput dari khilaf. Tidak menutup kemungkinan apabila terlontar saran dan kritik yang mampu membuat karya ini semakin sempurna.

Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 14 September 2007



Endah Ciptaning Puspitasari

0 2 5 1 2 2 0 2

*Kupersembahkan karyaku ini kepada mereka yang paling berpengaruh dalam hidupku*

*“Allah SWT”*

*Terima kasih atas segala kemudahan dan kelancaran yang dilimpahkanNya...  
...di setiap jengkal langkah hidupku*

*“Ibu dan Bapakku....”*

*Terima kasih atas seluruh curahan hidup kalian...  
...sehingga aku bisa melangkah sejauh ini  
Kalian adalah pahlawan yang kan selalu berjuang untukku hingga ujung waktu*

*“Saudaraku....”*

*Mbak Tisna dan Andika.  
Terima kasih atas do'a dan saat - saat penuh canda tawa yang kalian beri*

*“Kekasihku....”*

*Yusa. Terima kasih tlah selalu ada dalam setiap suka dan duka  
Ksatria inspirasi, penyemangat, serta tempat bersandarku saat lelah.*

*“Sahabatku....”*

*Pelangi yang selalu mengindahkkan langit hidupku  
Kalianlah yang mampu nyalakan kembali asaku kala ku meredup*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, saya ucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang selalu memberi kemudahan dalam keseharianku sehingga aku mampu menjalani tiap langkahku dengan hati yang tenang dan pikiran yang terbuka.
2. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang selalu memberi dukungan dan inspirasi dalam tiap bait kata - kata dalam karyaku.
3. Saudara dan keluargaku, Andika, Mbak Tisna, Eyang Utu, Bulek Endang, Om Har, Keluarga Sidoarum, dan semua yang belum sempat tersebut namanya.
4. Kekasihku tercinta, Yusa. *Thanks to be my shoulder to cry on*. Terima kasih atas keceriaan dan tawa yang menghiasi hari - hariku.
5. Bu Arif, terima kasih atas segala wawasan dan ilmu yang diberikan selama membimbing kami. Pak Aji dan Pak Subhan yang telah memberi masukan.
6. Teman - teman seperjuangan (Dede, Mandra, Aris, Dhani, Mas Taufik, Ning, Indah, Fatma, Araina) yang selalu menjadi teman senasib. Jangan lupakan saat - saat kita berburu dosen dan ngangkut - ngangkut maket di sore yang paling indah setelah pendadaran, ya.
7. Anda (*Would you like to always be my girl friend?*) dan Ulan (kembarannya Anda). *How nice to have friend like both of you*.
8. Sansan, makasih info kosnya, ya. Membuatku dapat menyelesaikan TA dengan perasaan lebih tenang dan jadi tempat beristirahat yang nyaman saat lelah. Hahaha...
9. Teman - teman studio, Yuyun (nona cantik banget ☺), Maya (berkat kamu anak - anak jadi gak kelaparan kalo pagi, hahaha...), Adib, Echi, Echa, Mas Satko (si musuh bebuyutan), Siska, Dian, dan semuanya.
10. Gank Bersaudara (Ultraman, Anang, Bang Andi, Mami Pitra, Moki, Heli, dan saudara yang hilang a.k.a Koko) *stay ambyar!*
11. Teman - teman *Green Map* Jogja (Mbak Lieke, Joyo, Ook, dan semuanya)

12. Teman - teman kos. Tika (thanks dah jadi temen nonton DVD di hampir tiap malamku), Sansan (makasih dah jadi temen lembur), mbak Vita (Kapan makan bareng lagi?), Jayco, Ika, Bunga, Putri, Vina, Eno, mbak Juwita, mbak Yunita, dan Nova.
13. Airport radio, thanks atas tour ke semarang yang menyenangkan.
14. Teman - teman Mes 56
15. Dan semua pihak yang belum sempat disebutkan namanya dalam lembar ini.





## DAFTAR ISI

Halaman Judul

Daftar Isi

<b>I. Latar Belakang</b> .....	01
1.1. Potensi Kota Palopo .....	01
1.2. Pentingnya Keberadaan Mall di Palopo .....	02
1.3. Pentingnya Nilai Kebudayaan Lokal .....	03
<b>II. Permasalahan</b> .....	04
2.1. Permasalahan Umum .....	04
2.2. Permasalahan Khusus .....	04
<b>III. Tujuan</b> .....	04
<b>IV. Sasaran</b> .....	04
<b>V. Landasan Teori</b> .....	05
5.1. Batasan Pengertian Judul .....	05
5.2. Pengertian Mall, Shopping Mall dan Pusat Perbelanjaan .....	07
5.2.1. Mall dan Shopping Mall .....	07
5.2.2. Pusat perbelanjaan .....	08
5.3. Klasifikasi Mall .....	08
5.4. Karakter Dasar Shopping Mall .....	11
5.5. Elemen Pembentuk Shopping Mall .....	13
5.6. Penataan Ruang Dalam Mencapai Kenyamanan .....	14
5.7. Pola Sistem Sirkulasi Mall .....	15
5.8. Studi Kasus Bangunan Shopping Mall .....	17
a. Discovery Shopping Mall, Bali .....	18



b. Parco Bugis Junction, Singapura .....	19
c. Mall Taman Anggrek, Jakarta .....	20
d. Triangle Shopping Centre, Manchester .....	20
e. Galleria, Dallas, Texas .....	22
f. Aberdeen Centre, Richmond, British Columbia .....	23
5.9. Studi Literatur Kebudayaan .....	25
5.9.1. Ragam Kesenian Bugis .....	27
5.9.2. Unsur Kebudayaan dalam Tata Kota Kuno Palopo .....	30
5.9.3. Arsitektur Palopo .....	33
<b>VI. Metoda .....</b>	<b>33</b>
<b>VII. Digaram Pola Pikir .....</b>	<b>35</b>
<b>VIII. Analisis .....</b>	<b>36</b>
8.1. Analisis Pemilihan Site .....	36
8.2. Kondisi Eksisting .....	41
8.3. Analisis Site .....	37
8.3.1 Analisis Traffic .....	41
8.3.2 Analisis View .....	43
8.3.3 Analisis Orientasi Bangunan .....	44
8.3.4 Analisis Klimatologi .....	45
8.3.5 Analisis Open Space .....	47
8.3.6 Analisis Kebisingan .....	48
8.3.7 Analisis Pencapaian .....	49
8.3.8 Analisis Sirkulasi .....	51
8.4. Analisis Pengguna Bangunan dan Pola Geraknya .....	54
8.5. Analisis Kebutuhan Ruang .....	59
8.6. Analisis Besaran Ruang .....	61
8.7. Analisis Tata Ruang Dalam .....	66



8.7.1. Penetapan Keseimbangan Penyewa .....	66
8.7.2. Tata Letak Perumahan.....	67
8.7.3. Penempatan Penyewa .....	68
8.8. Analisis Eksplorasi Bentuk Dari Tata Ruang Kuno Kota Palopo ...	70
8.9. Analisis Zoning .....	73
8.10. Analsis Landscape .....	75
<b>IX. Konsep .....</b>	<b>77</b>
9.1. Konsep Site .....	77
9.1.1 Konsep Penataan Traffic .....	77
9.1.2 Konsep View .....	78
9.1.3 Konsep Orientasi Bangunan .....	79
9.1.4 Konsep Klimatologi .....	79
9.1.5 Konsep Kebisingan .....	80
9.2. Konsep Bangunan .....	80
9.2.1. Sirkulasi dalam Bangunan .....	81
9.2.2. Organisasi Ruang .....	82
9.2.3. Gubahan Massa .....	82
9.2.4. Konsep Persyaratan Ruang .....	83
9.3. Konsep Tata Ruang Luar Bangunan .....	85
9.3.1. Konsep Open Space .....	85
9.3.2. Konsep Parkir .....	86
9.3.3. Konsep Landscape .....	86



---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.4.1. Tata Letak Arena Balap .....	12
Gambar 5.4.2. Tata Letak Persegi .....	12
Gambar 5.4.3. Tata Letak Barbel .....	13
Gambar 5.7.1. Pola Sistem Sirkulasi Mall .....	16
Gambar 5.7.2. Sirkulasi Vertikal .....	17
Gambar 5.8.1. Discovery Shopping Mall, Bali .....	18
Gambar 5.8.2. Discoverry Shopping Mall, Bali. ....	18
Gambar 5.8.3. Bugis Junction .....	19
Gambar 5.8.4. Bugis Junction .....	19
Gambar 5.8.5. Analisis Bugis Junction .....	19
Gambar 5.8.6. Analisis Mall Taman Angrek .....	20
Gambar 5.8.7. Triangle Shopping Centre .....	20
Gambar 5.8.8. Triangle Shopping Centre .....	21
Gambar 5.8.9. Triangle Shopping Centre .....	22
Gambar 5.8.10. Galleria, Dalas, Texas .....	23
Gambar 5.8.11. Galleria, Dalas, Texas .....	23
Gambar 5.8.12. Aberdeen Center, Richmond, British Calumbia .....	24
Gambar 5.8.13. Aberdeen Center, Richmond, British Calumbia .....	24
Gambar 5.9.1. Peta kuno situasi masa awal pengelompokan situs kota kuno Palopo .....	29
Gambar 5.9.2. Perbedaan topografi dalam hubungan dengan Organisasi simbol ruang kota .....	32
Gambar 5.9.3. Konsep kosmologi yang diterapkan pada struktur Kota Kuno Palopo Abad XVII .....	32
Gambar 5.9.4. Diagram unsur kejadian manusia .....	33
Gambar 5.9.5. Diagram hubungan antara kebudayaan, religi, lingkungan dan magis .....	33
Gambar 7.1. Diagram Pola Pikir .....	35



Gambar 8.1.1. Peta Alternatif Lokasi .....	36
Gambar 8.1.2. Peta dan Suasana Site 1 .....	37
Gambar 8.2.1. Peta Lokasi .....	37
Gambar 8.2.2. Peta Administrasi dan Rencana Jaringan Jalan .....	38
Gambar 8.2.3. Kondisi Eksisting Lokasi .....	39
Gambar 8.2.4. Peta kuno situasi masa awal pengelompokan situs kota kuno Palopo .....	40
Gambar 8.3.1. Kondisi Eksisting .....	41
Gambar 8.3.2. Analisis Traffic Site .....	42
Gambar 8.3.3. Analisis Traffic Site .....	42
Gambar 8.3.4. Analisis View .....	44
Gambar 8.3.5. Analisis Orientasi Bangunan .....	45
Gambar 8.3.6. Analisis Klimatologi .....	46
Gambar 8.3.7. Analisis Open Space .....	47
Gambar 8.3.8. Analisis Kebisingan .....	48
Gambar 8.3.9. Analisis Pencapaian .....	49
Gambar 8.3.10. Analisis Sirkulasi .....	53
Gambar 8.4.1. Analisis Pola pergerakan Pengunjung .....	54
Gambar 8.4.2. Analisis Pola pergerakan Building Manager .....	54
Gambar 8.4.3. Analisis Pola pergerakan Divisi Akuntansi .....	55
Gambar 8.4.4. Analisis Pola pergerakan Divisi Operasional .....	55
Gambar 8.4.5. Analisis Pola pergerakan Divisi Marketing dan Promosi .....	56
Gambar 8.4.6. Analisis Pola pergerakan Penyewa Toko .....	56
Gambar 8.4.7. Analisis Pola pergerakan Pemilik / investor .....	57
Gambar 8.4.8. Analisis Pola pergerakan Pemasok / Suplier .....	57
Gambar 8.4.9. Analisis Pola pergerakan Pelaku Seni .....	58
Gambar 8.4.10. Analisis Pola pergerakan Kreator Seni .....	58
Gambar 8.7.3. Analisis Peletakan Anchor Tenant dan Penyewa Shopping Mall .....	70
Gambar 8.8.1 Tata Ruang Kota Klasik Palopo .....	71



## DAFTAR TABEL

Tabel 8.1.1. Analisis Pencapaian .....	51
Tabel 8.1.2. Analisis Sirkulasi .....	52
Tabel 8.4.1. Analisis Kebutuhan Ruang .....	61
Tabel 8.5.1. Analisis Besaran Ruang .....	64
Tabel 9.1. Konsep jenis pencahayaan .....	83
Tabel 9.2 Konsep jenis penghawaan berdasarkan kebutuhan ruang .....	84



# Abstraksi

Palopo merupakan kota administratif yang direncanakan sebagai ibu kota Propinsi Luwu pada tahun 2010. Letaknya yang strategis di tengah jalur trans Sulawesi turut mendukung kota tersebut untuk berkembang di masa mendatang.

Oleh sebab itu sangat penting membuat sebuah magnet yang dapat menarik masyarakat untuk datang ke Palopo. Magnet yang dirasa sesuai adalah Shopping mall, karena aspek ekonomi dan perdagangan merupakan hal yang berperan penting dalam pertumbuhan sebuah kota. Jika aspek ekonominya baik, maka otomatis akan memicu perkembangan di bidang pendidikan, kesehatan, perbankan, bahkan bidang transportasi.

Tak bisa dipungkiri bahwa keberadaan mall sekarang ini ternyata dapat mengikis keberadaan kebudayaan lokal suatu daerah, karena kebanyakan mall dibangun kurang memperhatikan lingkungan sekitar. Bahkan kebanyakan menyerap tipe bangunan *big box* yang merupakan tipe bangunan *shopping centre* ala amerika yang kurang tepat disebut mall. Sehingga diupayakan bagaimana menciptakan sebuah wadah kegiatan belanja dan hiburan yang sekaligus menjadi wadah kebudayaan lokal yang dapat membuat perkembangan perdagangan sejalan dengan pelestarian kebudayaan.

# CULTURAL SHOPPING MALL DI PALOPO

Eksplorasi Kota Kuno Palopo abad ke XVII

dalam Rancangan Arsitektural

## I. LATAR BELAKANG

### 1.1. Potensi Palopo

Kota Palopo merupakan sebuah kota administratif yang memiliki perkembangan yang cukup signifikan ditandai dengan meningkatnya pembangunan di daerah tersebut. Kota ini direncanakan sebagai ibukota propinsi Luwu dengan membawahi 4 (empat) pusat pertumbuhan yaitu Kabupaten Luwu, Kabupaten Luwu Utara, Kabupaten Luwu Timur dan Kabupaten Tana Toraja. Sebagai calon ibukota propinsi, Palopo memegang peranan penting di berbagai aspek, terutama aspek ekonomi.

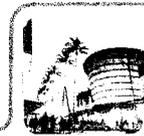
Jumlah penduduk kumulatif dari 4 (empat) kabupaten tersebut berkisar 600ribu jiwa. Daerah yang memiliki perkembangan penduduk 3,38% pertahun dan prediksi peningkatan pedagang sekitar 50% dalam 5 tahun mendatang, maka Kota Palopo perlu mempersiapkan diri dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Kota ini didukung oleh letaknya yang sangat strategis. Hal ini disebabkan karena berada di tengah jalur lintas Trans Sulawesi dan dilalui oleh berbagai bus antar kabupaten dan antar Propinsi. Disinilah tempat bus – bus dari dan ke Kota Makassar, Tana Toraja, Masamba, Belopa dan kota – kota sekitar transit sementara. Selain itu juga terdapat lapangan udara dan pelabuhan yang menjadi pintu gerbang masuknya pendatang.

Dari isu inilah maka dirasakan pentingnya membuat suatu magnet baru yang dapat memperkuat posisi Kota Palopo sebagai pusat aktivitas propinsi baik di bidang pemerintahan, sosial serta ekonomi. Daya tarik tersebut nantinya diharapkan mampu membuat arus pendatang ke kota tersebut terus meningkat, sehingga berpengaruh terhadap pertumbuhan aktifitas masyarakat di berbagai bidang. Selain itu dimungkinkan juga bila magnet tersebut menjadi sebuah *landmark* baru kota Palopo.

<sup>1</sup> BPS Palopo, 2005

<sup>2</sup> i.b.i.d 1



## 1.2. Pentingnya Keberadaan Shopping Mall di Palopo

Aspek ekonomi dan Perdagangan merupakan aspek yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan suatu kota. Skala pelayanan dan besarnya pusat perdagangan merupakan salah satu tolak ukur perkembangan dan besar suatu kota.

Pusat perbelanjaan dapat pula bekerja sebagai sebuah magnet. Keberadaan suatu pusat perbelanjaan diharapkan mampu menarik datangnya investor dari luar daerah, yang kehadirannya diharap mampu bersama - sama memberi kontribusi kepada pertumbuhan ekonomi dengan pemerintah dan pedagang setempat.

Disamping itu pusat perbelanjaan tersebut dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Pusat perbelanjaan menyediakan pekerjaan mulai dari tahap konstruksi, hingga pekerjaan di bidang pelayanan jasa dan layanan pada saat dibuka. Tersedianya ruang usaha ritel memberikan peluang bagi banyak orang untuk mencoba bisnis ritel.

Efek pengandaan yang tercipta akan mendorong populasi penduduk yang tertarik untuk tinggal dan bekerja di wilayah setempat, sehingga mendorong pertumbuhan di wilayah tersebut. Setelah tahap itu akan timbul pula kebutuhan akan perkantoran, sekolah, perumahan, sarana medis, perbankan, dan fasilitas transportasi.

Oleh sebab itu dibutuhkan suatu pusat perbelanjaan baru yang lengkap dan menyediakan tempat rekreasi yang menyenangkan dan menarik, aman, dan nyaman, sehingga pada akhirnya mampu memfasilitasi kebutuhan masyarakat tidak hanya dari Kota Palopo tapi cakupan regional.

<sup>3</sup> Kowinski, 1985. hines, 1983

### 1.3. Pentingnya Nilai Kebudayaan Lokal

Kebudayaan lokal merupakan suatu kebiasaan yang telah dilakukan oleh para pendahulu kita dimasa lampau. Aspek ini memiliki nilai – nilai penting yang harus kita lestarikan.

Seiring perkembangan jaman, hadirnya mall sebagai tempat perbelanjaan dan rekreasi ataupun sekedar nongkrong tidak dapat dihindari. Kelengkapan fasilitas dan kenyamanan yang lebih dari sarana umum lain merupakan daya tarik utamanya.

Tak bisa dipungkiri bahwa lambat laun mall menciptakan kebudayaan berbelanja bagi masyarakat yang eksistensinya berdampak terkikisnya nilai – nilai kebudayaan lokal dimana mall tersebut berada. Misalnya kasus alternatif hiburan yang dipilih masyarakat. Dahulu, hiburan kesenian daerah seperti tarian tradisional sangat sering diadakan dan mendapat antusias yang cukup tinggi. Namun kini pertunjukan tersebut telah jarang diadakan karena semakin menurunnya minat masyarakat akan hal tersebut. Mereka lebih memilih berbelanja di mall).

Oleh sebab itu, penting diupayakan pelestarian dengan cara mendekatkan kembali kebudayaan lokal tersebut kepada masyarakat. Cara yang dirasa cukup efektif sekarang ini adalah memasukkan unsur budaya tersebut dalam wadah yang paling banyak menyita perhatian masyarakat, yaitu mall. Hal ini dilakukan dengan cara menghadirkan wadah untuk menampilkan pentas kesenian daerah dan pameran kerajinan yang disajikan dalam lingkup komersial.

## II. PERMASALAHAN

### 2.1. Permasalahan Umum

Bagaimana merancang sebuah *Cultural Shopping Mall* yang dapat mewadahi fungsi komersial, sebagai magnet baru kota, dan mengangkat budaya lokal kota Palopo?

### 2.2. Permasalahan Khusus

Bagaimana membuat sebuah *Cultural Shopping Mall* yang mampu mengeksplorasi unsur - unsur yang terdapat dalam kosmologi kota kuno Palopo menjadi rancangan arsitektural.

## III. TUJUAN

Tujuan didirikannya Shopping mall di Palopo ini adalah :

Merancang sebuah *Cultural Shopping Mall* yang dapat mewadahi fungsi komersial, sebagai magnet baru kota dan mengangkat budaya lokal Palopo dengan mengeksplorasi unsur - unsur yang terdapat dalam sistem tata ruang kota kuno Palopo menjadi rancangan arsitektural.

## IV. SASARAN

Adapun sasaran dari Pembangunan Shopping Mall Palopo ini adalah untuk menciptakan sebuah *Cultural Shopping Mall* sebagai wadah perbelanjaan, budaya dan hiburan dengan mengeksplorasi nilai kosmologi dalam tatanan kota kuno Palopo abad ke XVII, sehingga dapat menjadi magnet baru kota dan mengangkat budaya lokal Palopo.

tertutup yaitu dengan memasukkan keseluruhan *shopping mall* ke dalam suatu bangunan atau dengan system terpadu.

### Culture atau Kebudayaan

1. Kebudayaan dalam bahasa Inggris disebut *culture*. Kata tersebut sebenarnya berasal dari bahasa Latin = *colere* yang berarti pemeliharaan, pengolahan tanah menjadi tanah pertanian. Selanjutnya kata itu diberi arti "pembentukan dan pemurnian jiwa".
2. Kata budaya berasal dari bahasa Sansekerta yaitu kata *buddayah*. Kata *buddayah* berasal dari kata *budhi* atau akal. Manusia memiliki unsur-unsur potensi budaya yaitu pikiran (*cipta*), rasa, dan kehendak (*karsa*). Hasil ketiga potensi budaya itulah yang disebut kebudayaan. Dengan kata lain kebudayaan adalah hasil *cipta*, *rasa* dan *karsa* manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.
3. Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.
4. Kebudayaan adalah buah budi manusia dalam hidup bermasyarakat.

### Palopo

Merupakan sebuah kota mandiri yang perannya akan dikembangkan sebagai kota pelayanan jasa dan perdagangan.

Dengan demikian, **Shopping Mall Palopo** merupakan sebuah tempat perbelanjaan yang didalamnya terdapat kegiatan transaksi jual beli atau yang berkaitan dengan kegiatan komersial yang menonjolkan nilai kebudayaan setempat yang menandakan ciri Palopo, sehingga dapat pula digunakan sebagai tempat berkumpul dan berekreasi yang keberadaannya dapat mendorong peningkatan sektor ekonomi Kota Palopo.

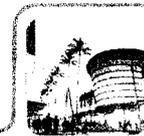
<sup>8</sup> Rubenstein, Harvey, M., 1978

<sup>9</sup> [www.en.wikipedia.org/wiki/culture.htm](http://www.en.wikipedia.org/wiki/culture.htm), dibrowsing pada 1 Maret 2007

<sup>10</sup> Koentjaraningrat, Pengantar Antropologi

<sup>11</sup> i.b.i.d 9

<sup>12</sup> Ki Hajar Dewantara



## 5.2 PENGERTIAN MALL, SHOPPING MALL DAN PUSAT PERBELANJAAN

### 5.2.1. Mall dan Shopping Mall

Menurut Rinorthen, mall sebenarnya adalah adalah jalur pertokoan bagi pejalan kaki. Sedangkan dalam perkembangannya Mall merupakan satu bentuk evolusi dari pasar tradisional yang pada dasarnya adalah: satu lokasi pusat perdagangan yang dikunjungi oleh banyak orang (konsumen) untuk membeli segala sesuatu yang mereka butuhkan. Untuk kemudahan, kenyamanan, dan keamanan para pengunjung, pusat perbelanjaan yang berbentuk pasar tradisional dan terbuka kemudian memiliki atap untuk melindungi pengunjung dari cuaca seperti teriknya matahari, derasnya hujan dan elemen cuaca lainnya.

Istilah *shopping centre* lebih sering digunakan oleh masyarakat Amerika. Menurut terminology masyarakat Amerika, shopping centre merupakan aplikasi bentuk memasukkan retail – retail kedalam suatu struktur.

Pada intinya, *shopping mall*, *shopping centre* atau *shopping arcade* adalah bangunan atau gabungan beberapa bangunan di dalam satu lokasi. Di dalam shopping mall tersebut terdapat sejumlah *vendor* atau toko yang beragam, yang kesemuanya dihubungkan oleh jalur sirkulasi (*pedestrian ways* atau *walk ways*) yang terbuka atau tertutup. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pengguna mall saat mengunjungi satu toko ke toko yang lain.

Konsep mall ini ternyata telah ada sejak abad pertengahan. Di Timur Tengah, *Grand Bazaar* Isfahan yang berdiri sejak abad ke-10 adalah suatu pusat perdagangan yang terdiri dari kumpulan beberapa toko independen yang bernaung di bawah satu struktur. Contoh lain adalah pasar yang membentang sepanjang 10km, *Grand Bazaar* Tehran juga memiliki sejarah yang panjang. Lain halnya dengan *Grand Bazaar* di Istanbul yang didirikan pada abad ke-15, bangunan tersebut masih menjadi salah satu pasar terbesar di dunia dengan lebih dari 4000 toko. Konsep pembangunan mall ini kemudian diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1828 dengan diresmikannya *The Arcade* di Providence,

<sup>13</sup> Rinorthen, *Shopping Centres a Developer Guide to Planning a Design*, Colledge of Estate

<sup>14</sup> Yuli S. Andyono, *Indonesia Shopping Centers #1, Design, concept and lifestyle*, Pt. Griya Asri Prima 2006.

<sup>15</sup> Judd, Dennis R. (1995) "The Rise of the New Walled Cities" in Liggett, Helen and Perr, David C. (eds.), *Spatial Practices*, Sage, Thousand Oaks, pp. 144-168

Rhode Island. Pembangunan shopping center atau mall ini pun diikuti oleh banyak kota – kota besar lainnya di dunia pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20.

*Shopping center* atau mall yang pada awalnya memiliki fasilitas toko dan barang dagangan yang menarik, food court, dan area untuk memarkir kendaraan, kini dirasa masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan pengguna shopping mall. Untuk menarik minat pengunjung dan mencegah rasa bosan, tim dari shopping mall berupaya untuk menciptakan suasana yang menarik, unik dan lain dari tempat – tempat yang biasa dikunjungi oleh para pengunjung dimulai dengan pemilihan konsep bangunan dan interiornya. Kemudian berkembang dengan penambahan fasilitas hiburan seperti bioskop, *video game center*, dan panggung dengan *disk jockey* (DJ), atau dengan *live music*.

### 5.2.2. Pusat Perbelanjaan

Menurut Chiara (1999) pusat perbelanjaan adalah sebuah kompleks toko – toko retail dan fasilitas yang berhubungan dengan itu yang direncanakan sebagai sebuah kelompok yang menyatu untuk memberikan kenyamanan maksimum dalam berbelanja untuk para pelanggan dan keterbukaan yang maksimum juga untuk barang dagangan.

## 5.3 KLASIFIKASI SHOPPING MALL

### A. Shopping mall berdasarkan jangkauan pelayanannya

#### ➤ Pusat perbelanjaan lokal (*Neighbourhood Centre*)

Total area yang digunakan 2.787 – 9.290 m<sup>2</sup> dengan tingkat pelayanan 5.000 – 40.000 orang. Jenis fasilitas : supermarket, toko – toko tunggal (shop unit)

#### ➤ Pusat perbelanjaan distrik (*Community Centre*)

Total area yang digunakan 9.290 – 27.870 m<sup>2</sup> dengan tingkat layanan 40.000 – 150.000 orang. Jenis fasilitas : *department store*, *variety store*, *junior department store*, *supermarket*, dan toko – toko tunggal.

<sup>10</sup> Hartwick, M. Jeffrey. 2004. Mall Maker: Victor Gruen, Architect of an American Dream. University of Pennsylvania Press

<sup>11</sup> Victor 1960

➤ **Pusat perbelanjaan regional (*Main Centre*)**

Total area yang digunakan 27.870 – 92.990 m<sup>2</sup> dengan tingkat layanan 150.000 – 400.000 orang. Jenis fasilitas : junior department store, department store dan toko – toko.

**B. Shopping mall berdasarkan bentuk fisik**

- **Shopping Street** yaitu sederetan pertokoan di sepanjang sisi jalan. Contoh pertokoan di sepanjang jalan Malioboro.
- **Shopping Centre** yaitu kompleks pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.
- **Shopping Precint** yaitu kompleks pertokoan dengan stan toko menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
- **Department Store** yaitu suatu toko yang sangat besar terdiri dari beberapa lantai dan menjual bermacam – macam barang termasuk pakaian sampai peralatan rumah tangga. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberi kejelasan akses. Contoh : Matahari Dept. Store.
- **Supermarket** yaitu suatu toko yang menjual barang – barang kebutuhan sehari – hari dengan system pelayanan sendiri dan penjualan bahan makanan tidak melebihi 15% dari sebuah area penjualan. Luas lantai berkisar 1.000 – 2.500 m<sup>2</sup>. contoh : CareFour Supermarket.
- **Department Store dan Supermarket** yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan department store dan supermarket). Contoh : Malioboro Mall.
- **Super Store** yaitu toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri, luas lantai berkisar 5.000 – 7.000 m<sup>2</sup>. Fasilitas ini sangat jarang dijumpai karea lahan yang sangat terbatas.

### C. Shopping mall berdasarkan kuantitas barang yang dijual

- **Toko grosir** yaitu toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang – barang biasanya disimpan di tempat lain, dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.
- **Toko retail** yaitu toko yang menjual barang relative lebih sedikit atau persatuan barang / eceran. Lingkup system ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu toko eceran juga akan lebih menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

### D. Shopping mall berdasarkan bentuk organisasinya

- **Department Store**, pusat perbelanjaan yang diusahakan oleh suatu badan usaha yang menjual berbagai macam barang kebutuhan.
- **Multiple Store**, pusat perbelanjaan yang membeli barang dalam jumlah besar, sedangkan penjualan barang – barangnya dilakukan oleh toko-toko cabangnya.
- **Cooperative Societies**, bentuk organisasi yang bertujuan utama untuk memenuhi kebutuhan anggota atau untuk kesejahteraan anggota.
- **Independent Trade**, bentuk penjualan yang dimiliki dan diusahakan oleh satu pemilik.

### E. System pelayanan pada shopping mall

#### ➤ **Personal Service**

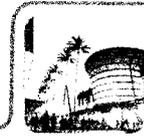
System pelayanan dimana konsumen membeli dan membayar dilayani oleh pramuniaga di belakang counter.

#### ➤ **Self Selection**

System pelayanan dimana konsumen mencari sendiri barang sesuai dengan kebutuhannya, kemudian memilih dan membawa barang ke kasir untuk membayar dan di pak.

<sup>19</sup> National Economic Development Office, 1971

<sup>20</sup> Mills, 1976



### ➤ Self Service

System pelayanan dimana konsumen menggunakan alat angkut troli / keranjang yang ada, mencari / memilih barang sendiri, kemudian menuju kasir untuk membayar dan di pak.

## 5.4 KARAKTER DASAR SHOPPING MALL

### 1. Standar *Shopping Mall*

- Koridor : tunggal
- Lebar koridor : 8-16 meter
- Lantai : maksimall 3 lantai
- Parkir : mengelilingi bangunan
- Pintu masuk : dapat dicapai dari segala arah
- Atrium : di sepanjang koridor
- Magnet/*anchor* : di setiap akhir koridor
- Jarak antar magnet : 100-200 meter

### 2. Perencanaan ruang dan Dimensi Mall

Tata letak disusun berdasarkan perencanaan ruang yang baik akan mempengaruhi kemudahan pemasaran pusat perbelanjaan kepada para penyewa prospektif. Selanjutnya, perencanaan ruang akan mempengaruhi kinerja penjualan dan keuntungan bisnis dari para peritel yang menyewa ruang usaha di pusat perbelanjaan.

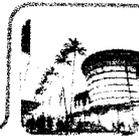
Sasaran dari perencanaan ruang adalah menawarkan pilihan jalur belanja bagi para pengunjung sesuai konfigurasi tata letak pusat perbelanjaan. Pengunjung diharapkan akan tertarik dengan jalur tersebut

Ada beberapa jenis tata letak umum untuk pusat perbelanjaan, yaitu :

#### 1. Tata Letak Area Balap

Tata letak ini menempatkan toko - toko dalam konfigurasi lingkaran sehingga mendorong pengunjung untuk mengunjungi sebagian besar toko di pusat perbelanjaan. Format lingkaran membentuk sebuah koridor utama yang berfungsi sebagai jalur ekspres dengan akses ke pintu masuk seluruh toko.

<sup>21</sup> Lynda Wee Keng Neo, 2005



Gambar 5.4.1. Tata Letak Arena Balap

Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

## 2. Tata Letak Persegi

Tata letak persegi tidak jauh beda dengan tata letak arena balap. Pada tak ini penyewa utama ditempatkan di ujung keempat sisinya. Para penyewa lain disebarakan diantara para penyewa utama. Diharapkan pengunjung akan berpindah dari satu penyewa utama ke penyewa utama lainnya sambil melewati penyewa lainnya.



Gambar 5.4.2. Tata Letak Persegi

Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

## 3. Tata Letak Segitiga

Merupakan variasi dari tata letak arena balap dimana penyewa utama ditempatkan di ketiga sudut. Tata letak ini menarik pengunjung untuk berkeliling pusat perbelanjaan dan tidak hanya terkonsentrasi di satu sudut.



#### 4. Tata Letak Barbel

Memiliki dua baris toko dengan sisi muka toko di kedua baris saling berhadapan. Tata letak barbel menyerupai huruf "I" atau "H" dengan penyewa utama di kedua ujungnya untuk menarik pembeli berjalan dari satu ujung ke ujung lain.



Gambar 5.4.3. Tata Letak Barbel  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

#### 5. Tata Letak Arus Bebas

Tata letak ini tidak mendorong aliran pengunjung ke arah tertentu.

### 5.5 ELEMEN PEMBENTUK SHOPPING MALL

Mall merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen – elemen :

✓ *Anchor (Magnet)*

Merupakan transformasi dari “nodes” dapat pula berfungsi sebagai landmark perwujudannya berupa plaza dalam shopping mall.

✓ *Secondary Anchor*

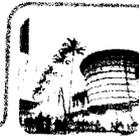
Merupakan transformasi dari “district” perwujudannya berupa retail store, supermarket, super store dan bioskop.

✓ *Street Mall*

Merupakan transformasi dari “paths” perwujudannya berupa pedestrian yang menghubungkan magnet – magnet.

✓ *Landscaping (Pertamanan)*

Merupakan transformasi dari “edges” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat – tempat luar.



## 5.6 PENATAAN RUANG DALAM MENCAPAI KENYAMANAN

Berdasarkan arsitektur fasilitas komersial, maka suasana yang diharapkan oleh setiap orang yang melakukan kegiatan berbelanja adalah kenyamanan.

Suasana yang nyaman tersebut adalah terciptanya suasana rekreatif yang dapat menghilangkan rasa bosan, kebebasan, suasana rileks/ santai, dan tidak mudah lelah. Hal tersebut diupayakan dicapai dengan :

- Penataan Ruang Luar
  - *Boldness* ( kemencolokan )  
Bentuk kejelasan lain untuk menarik perhatian pengunjung yang dapat ditransformasikan dengan penampakan lain dari lingkungan/ cirri khusus ( citra bangunan komersial dan berbeda dengan lingkungan )
  - *Intimacy* ( keakraban )  
Mempertimbangkan penyelesaian fisik yang memungkinkan terciptanya keintiman dan keakraban antar pengunjung sehingga dapat berinteraksi dengan nyaman, yaitu dengan membuat skala ruang pada beberapa bagian, memasukkan elemen alam kedalam bangunan yang memberikan tangkapan visual pada fasilitas (penataan *landscape* dan elemennya untuk menciptakan ruang terbuka sebagai sarana rileks dan interaksi)
  - *Flexibility* ( fleksibilitas )  
Memperhatikan kemudahan multi fungsi dengan membuat system peruangan yang universal, suasana dapat dirubah dan dibentuk dengan karakter yang kuat ( pemanfaatan ruang luar dan ruang dalam, dalam satu fungsi kegiatan )
  - *Inventiveness* ( kebaruan )  
Diperlukan tatanan fisik yang inovatif dan ekspresif untuk mencegah kebosanan pengunjung .

<sup>22</sup> Hoyt, Charles K., 1983, *More Places For People*, Mc. Graw HillBook Company-New York

- *Complexity* ( kompleksitas )

Dengan penciptaan suasana yang dinamis, variatif, dan tidak monoton ( kedinamisan bentuk bangunan, warna, massa yang tidak monoton )

➤ Penataan Ruang Dalam

- *Clarity* ( kejelasan )

Bertujuan untuk dapat menarik perhatian orang, dan dapat memberikan kejelasan bagi pengunjung mengenali fasilitas dengan cepat ( bentuk dan suasana ruang variatif, namun jelas dalam program kegiatan ruang )

- *Intimacy* ( keakraban )

Permainan skala ruang, ketinggian lantai, plafond dan bukaan ruang.

- *Complexity* ( kompleksitas )

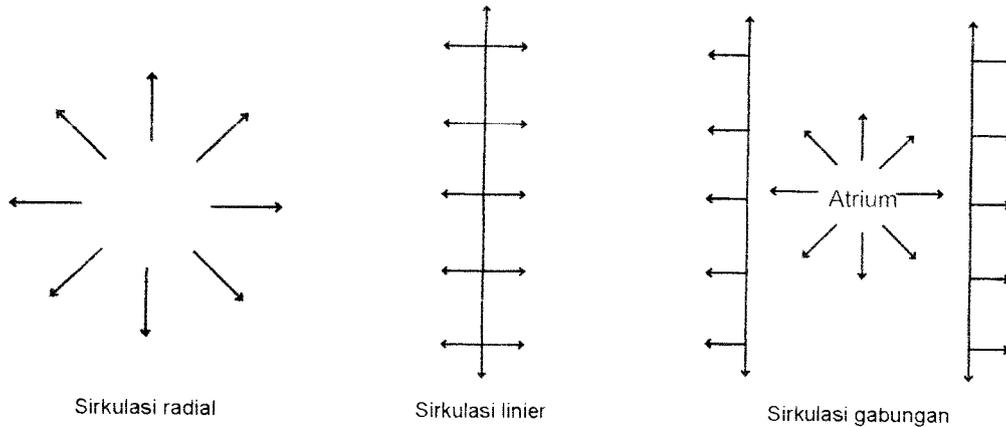
Kemenarikan penyelesaian interior.

- *Inventiveness* ( kebaruan )

Pengolahan unsur pembentukan kualitas ruang dengan variatif material untuk menciptakan suasana yang berbeda.

## 5.7 POLA SISTEM SIRKULASI MALL

Shopping mall ini direncanakan menggunakan pola sirkulasi linier dan radial. Pola sirkulasi linier digunakan pada koridor yang menghubungkan antar retail. Selain itu, pola ini digunakan pada pedestrian street yang menghubungkan kios - kios pedagang. Rencana ini dibuat berdasarkan pernyataan Rubenstein tentang pengertian mall awal mall sebagai jajaran pedagang yang memanjang dan bernaungkan bayang - bayang pepohonan. Pola sirkulasi radial akan digunakan pada *hall* atau atrium.



Gambar 5.7.1. Pola Sistem Sirkulasi Mall

Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

Ruang-ruang sirkulasi membentuk bagian yang tidak dapat dipisahkan dari setiap organisasi bangunan. Bentuk suatu ruang sirkulasi harus dapat menampung gerak manusia pada waktu bergerak dan berhenti. Kenyamanan dapat diperoleh dengan pengolahan yang sesuai dengan karakter ruangnya.

Karakter bentuk ruang sirkulasi tertutup membutuhkan pengolahan cahaya dan udara yang baik, agar ruangan tidak pengap dan terlihat suram. Lain halnya dengan sirkulasi terbuka yang perlu memperhatikan faktor klimatologi seperti hujan dan terik matahari. Bagaimanapun keduanya tetap dapat menciptakan kenyamanan jika diolah secara benar.

Sirkulasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu sirkulasi horizontal dan sirkulasi vertikal:

- Sirkulasi Horizontal

Sirkulasi horizontal pada bangunan mall berupa koridor-koridor umum yang lebarnya berkisar 154,4 cm sampai 365,8 cm, lobi, plaza.

Pada koridor dan lalu lintas pejalan kaki yang terdiri dari dua jalur sebaiknya menggunakan jarak bersih minimal 76,2 cm.

- Sirkulasi Vertikal

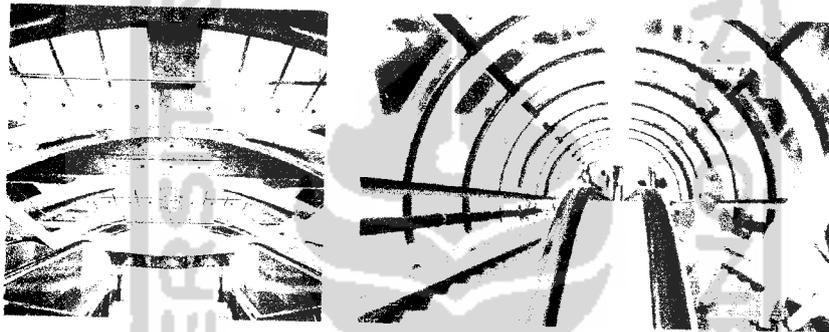
Sirkulasi vertikal pada bangunan mall ini berupa eskalator, dan tangga. Hal ini disebabkan karena bangunan shopping mall ini direncanakan tidak lebih dari 3 lantai, dimana syarat sebuah

<sup>24</sup> Dimensi Manusia dan ruang interior, Julius Panero & Martin Zelnik

bangunan dapat menggunakan lift adalah apabila bangunan tersebut termasuk bangunan berlantai banyak.

Eskalator yang digunakan adalah eskalator bersilang/ saling menyilang. Penataan tersebut dipilih sebab mengurangi kesulitan dalam pencapaiannya. Eskalator ini akan ditempatkan pada void yang terhubung dengan koridor di tiap lantainya.

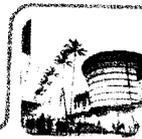
Sirkulasi vertikal lainnya yaitu berupa tangga. Tangga pada bangunan *mall* ini biasanya hanya digunakan pada keadaan darurat atau sebagai tangga darurat. Secara umum tangga harus dibangun di dalam lorong tertutup dengan dinding yang tahan api dan pintu bahaya yang dapat menutup sendiri.



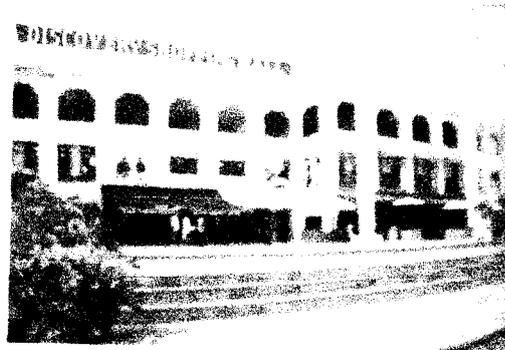
Gambar 5.7.2. Sirkulasi Vertikal  
Sumber : Berbagai Sumber, 2007

## 5.8 STUDI KASUS BANGUNAN SHOPPING MALL

Studi kasus bangunan shopping mall ini bertujuan untuk mengambil beberapa kelebihan dari beberapa contoh mall. Selain nilai positif, kelemahan beberapa mall dapat diambil hikmahnya. Misalnya dari Discovery Shopping Mall di Bali. Kelebihannya sebagai satu - satunya mall yang berada di tepi pantai ternyata sekaligus menjadi kelemahannya, karena tidak memperhitungkan garis sempadan pantai, akibatnya bagian tepi pantai mall ini sering terendam air pasang laut. Contoh berikutnya adalah Bugis Junction, dari sini dapat diambil konsep mall sebagai sebuah *pedestrian street*. Jika berbicara tentang kemampuan memasukkan cahaya ke dalam bangunan, maka konsep Mall Taman Anggrek membuat jalan bagi cahaya dengan dinding kaca yang lebar dapat diperhitungkan.



### a. Discovery Shopping Mall, Bali, Indonesia



Gambar 5.8.1. Discovery Shopping Mall, Bali  
 Sumber : Indonesia Shopping Centre, 2006

Discovery Shopping Mall (DSM) memanfaatkan potensi lahan di sekitarnya sebagai nilai tambah dan merupakan satu – satunya pusat perbelanjaan di Bali yang berada di tepi pantai, yaitu pantai Kuta.

Keunikan dari shopping mall ini adalah:

- Salah satu sisi mall tersebut terdapat open stage yang dioptimalkan untuk menikmati keindahan view ke arah pantai Kuta. Selain itu open stage tersebut juga dimanfaatkan untuk event - event yang menginginkan ruang terbuka dengan view ke arah laut.



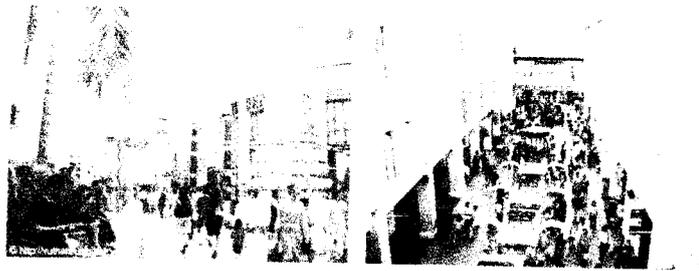
Gambar 5.8.2. Discovery Shopping Mall, Bali  
 Sumber : Indonesia Shopping Centre, 2006

- Konsep perancangan bangunan adalah perpaduan nuansa klasik dan modern, hal ini terlihat dari penggunaan batu alam bertekstur yang mewakili karakter lahan (ciri klasik) dan pemakaian bahan industrial seperti stainless steel serta kaca (modern).

Namun kelemahan mall ini adalah letaknya yang terlalu dekat dengan pantai dan tidak memperhitungkan garis sempadan pantai. Akibatnya, bagian DSM yang terletak di tepi pantai sering terendam air pasang laut.



## b. Bugis Junction, Singapura



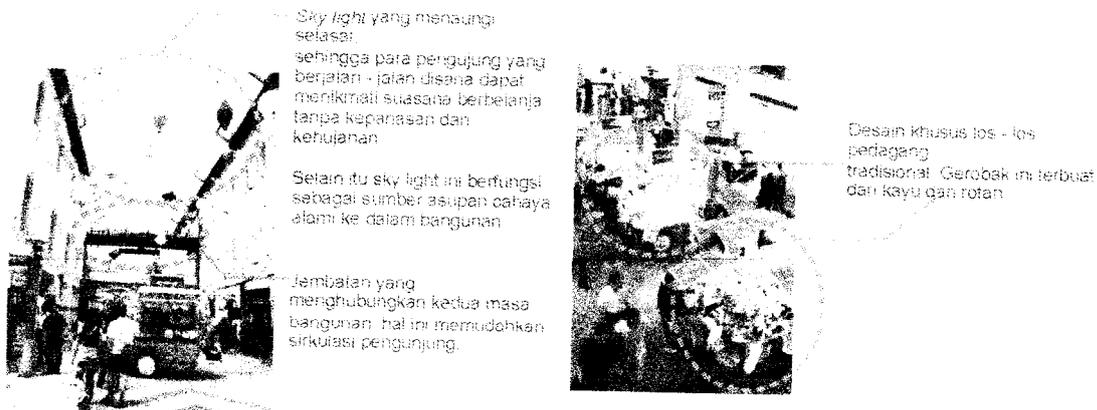
Gambar 5.8.3. Bugis Junction  
Sumber : [www.bugisjunction.com](http://www.bugisjunction.com), hasil pencarian November 2006

Hal - hal menarik dari Bugis Junction antara lain:

- Bangunan ini mulanya adalah sebuah bangunan tua bergaya kolonial yang dikembangkan sebagai pusat perbelanjaan dengan menambahkan bangunan baru yang desainnya selaras dengan bangunan awal.
- Konsep pedestrian street dengan kios - kios gerobak yang terwadahi dalam selasar antara kedua bangunan merupakan keunikan tersendiri bagi mall ini. Selasar ini dinaungi oleh skylight sehingga pengunjung terlindung dari panas, dan mengoptimalkan cahaya masuk pada siang hari.



Gambar 5.8.4. Bugis Junction  
Sumber : [www.bugisjunction.com](http://www.bugisjunction.com), hasil pencarian November 2006

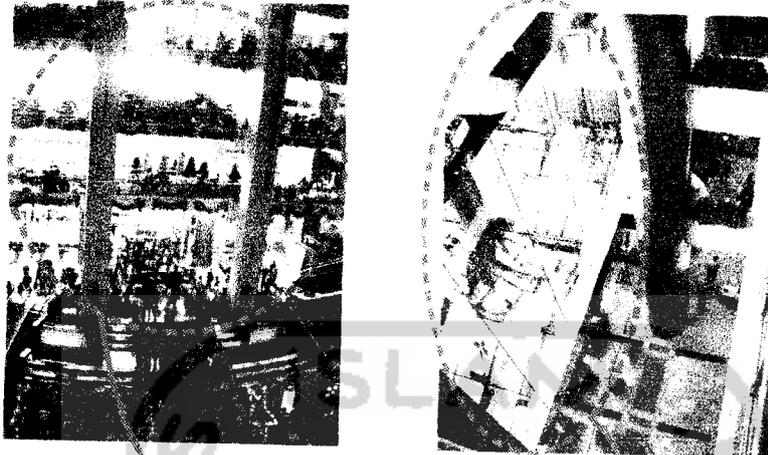


Gambar 5.8.5. Analisis Bugis Junction  
Sumber : [www.bugisjunction.com](http://www.bugisjunction.com), hasil pencarian November 2006



c. **Mall Taman Aggrek (MTA), Jakarta, Indonesia**

Kelebihan MTA ini terletak pada sistem pencahayaannya yang berasal dari dinding kaca pada *main entrance mall*.



Dinding kaca untuk memasukkan cahaya alami ke dalam ruang



Gambar 5.8.6. Analisis Mall Taman Anggrek  
Sumber : Hasil Observasi Desember 2006

d. **Triangle Shopping Centre (TSC), Manchester, Inggris**



Large display screen untuk menayangkan unsur cultural dan iklan  
Penambahan banner vertikal  
Fasad awal dipertahankan

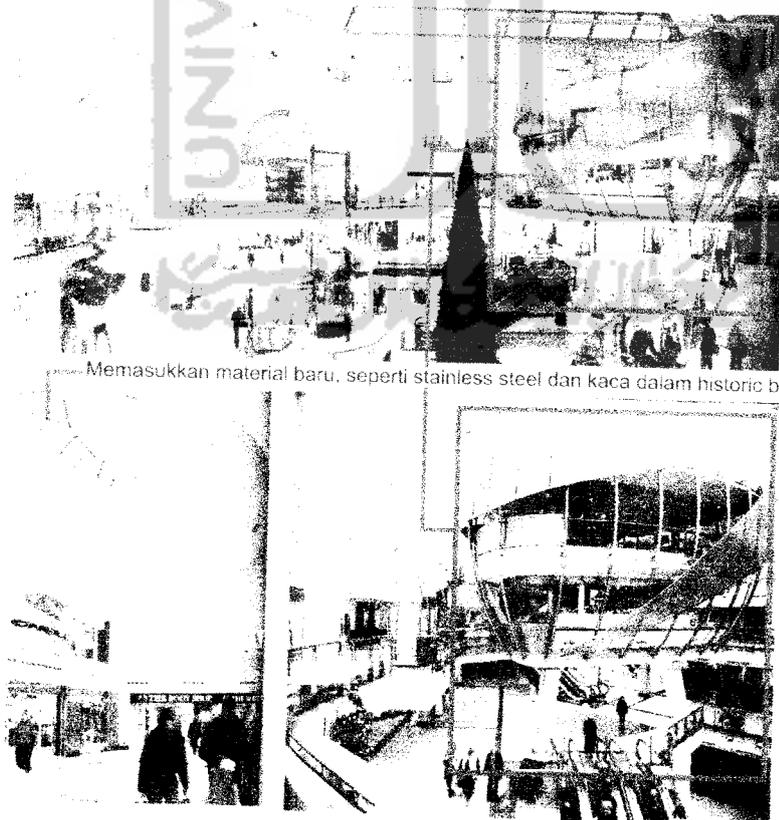
Gambar 5.8.7. Triangle Shopping Centre  
Sumber : Hasil Olahan. Penulis, 2007



TSC merupakan karya Benoy yang berhasil diubah dari sebuah *Corn Exchange Building* menjadi pusat perbelanjaan abad 21. Benoy meminimallisir perubahan pada fasad bangunan, karena dirasa bangunan tersebut awalnya merupakan landmark kota yang harus dipertahankan. Disamping itu bangunan ini sarat akan sejarah karena tahun 1996 bangunan ini berhasil selamat dan kini menjadi saksi dari serangan bom teroris yang menghancurkan pusat kota Manchester, melukai sedikitnya 200 orang dan dampak lainnya.

Fasad hanya ditambahi beberapa baner vertikal lengkapi dengan large display screen yang diprogram oleh BBC untuk menyajikan siaran budaya dan iklan pendukung. Meskipun kelemahannya elemen tersebut nampak seperti tempelan pada fasad dari pada sebagai gabungan selubung sejarah.

Bangunan ini berhasil mempertahankan gaya klasik bangunan pada fasad dan memadukannya dengan material - material baru pada interiornya seperti menambahkan kubah kaca, *stainless steel trim*, dan *polished-stone floor* sehingga bangunan ini tetap selaras dengan perkembangan jaman.



Memasukkan material baru, seperti stainless steel dan kaca dalam historic building.

Gambar 5.8.8. Triangle Shopping Centre  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007



Sculpture yang dibuat sebagai penegas new entrance shopping centre

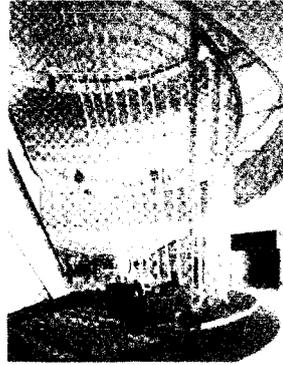
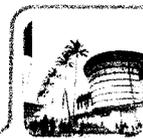
Gambar 5.8.9. Triangle Shopping Centre  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

Kesimpulannya walaupun terdapat beberapa kelemahan, namun shopping mall ini memiliki hubungan yang kuat dengan lingkungan sekitar. Di dalamnya, shopping centre ini dibuat sky bar dan terdapat material baru seperti, yang berpadu dengan gaya bangunan bersejarah, membuat mall ini menjadi lebih menarik dari pada mall pada umumnya.

#### e. Galleria, Dallas, Texas

Bangunan ini merupakan mantan diva mall yang pada masa kejayaannya menjadi mesin uang bagi Dalas. Mall yang terletak di tepi jalan tol dan antar negara bagian ini akhirnya mengalami renvasi agar keberadaannya dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan baru yang banyak bermunculan.

Hal yang menarik dari mall yang dibangun sejak 1982 ini adalah keberhasilan sang arsitek memadukan material kontemporer dan pencahayaan. Seperti halnya tiruan palem yang terdapat pada void. Palm besi ini nampak seperti "nyata tapi mati" yang terlihat hingga lantai 3, dimana kehadirannya membantu menjalin berbagai ruang yang bersama menyajikan sebuah ironic metaphora dari pohon yang telah dihilangkan sat proses renovasi. Sedangkan garis – garis stainless steel tersebut menciptakan efek pencahayaan yang menarik.



Gambar 5.8.10. Galleria, Dalas, Texas  
Sumber : Architectural record, Februari 2007

Disamping itu, kehadiran pohon besi tersebut menjadi suatu penanda aktifitas yaitu istirahat yang diminati oleh para pengunjung. Di sana orang – orang yang lelah berbelanja dapat menghilangkan lelah sejenak, hingga area ini nampak seperti oase.



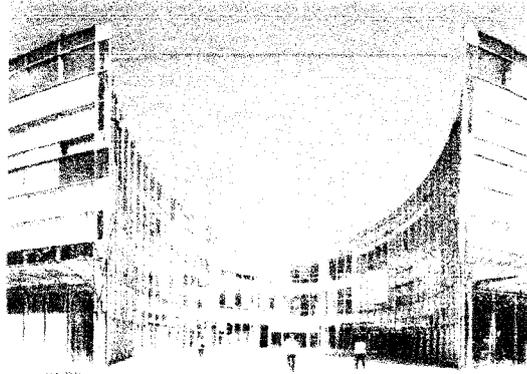
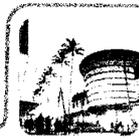
Gambar 5.8.11. Galleria, Dalas, Texas  
Sumber : Architectural record, Februari 2007

Meskipun demikian, renovasi yang hanya nampak sebagai polesan luar bangunan tersebut telah berhasil mengubah suasana dan memberi nafas kehidupan baru pada sebuah pusat perbelanjaan tua.

#### f. Aberdeen Centre, Richmond, British Columbia, Canada

Keunikan dari mall ini adalah perpaduan antara show – biz owner dan know – biz architechth yang diciptakan sang arsitek.

Bing Thom - sang arsitek - berhasil menciptakan sebuah kompleks campuran fungsi. Bangunan ini merupakan perpaduan ide Fung, seorang interpreneur yang usahanya di dunia film tidak berjalan lancar dengan Arthur Erickson - pengembang yang menangkap peluang di dunia mall. Di dalamnya terdapat berbagai fasilitas, mulai dari *single – family bungalow food market*. Hal tersebut membantu perubahan daerah bagian kota menjadi berbeda dari daerah lainnya.



Gambar 5.8.12. Aberdeen Center, Richmond, British Columbia

Sumber : Architectural record, Februari 2007

Inovasi yang benar – benar penyegaran bagi tipe mall di abad 21 adalah penataannya mengabaikan model yang mempunyai dua kutub yang melelahkan. Ciri khasnya adalah meletakkan supermarket pada salah satu ujungnya, dan anchor department store di sisi yang lain. Yang berisi double jajaran toko di kedua sisinya.

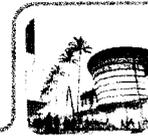
Dengan detail yang cerdas, dinding beraneka warna, dinding berkelok Aberdeen Center mematahkan semua pemikiran tentang desain shopping mall. Hal ini merupakan inovasi shopping mall, merupakan strategi yang tidak biasa.



Gambar 5.8.13. Aberdeen Center, Richmond, British Columbia

Sumber : Architectural record, Februari 2007

Interior mall tersebut cukup menarik. Dengan bentang lebar yang membuat ruang menjadi lapang dan bersih.



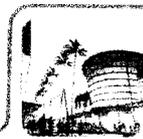
## 5.9 STUDI LITERATUR KEBUDAYAAN

Secara umum kebudayaan merupakan hasil dari akal budi individual, kelompok atau masyarakat. Hal ini termasuk teknologi, kesenian, ilmu pengetahuan yang merupakan perwujudan moral dan karakteristik perilaku dan kebiasaan dari masyarakat tersebut.

Manusia memiliki 3 potensi budaya, yaitu pikiran (cipta), rasa, dan kehendak (karsa). Manusia mengembangkan alam pikiran yang menimbulkan ilmu pengetahuan disebabkan oleh cipta. Unsur rasa menyebabkan manusia dapat menggunakan panca inderanya yang menimbulkan karya – karya seni atau kesenian. Unsur karsa menyebabkan manusia menghendaki kesempurnaan hidup, kemuliaan dan kebahagiaan sehingga berkembanglah kehidupan beragama dan kesusilaan.

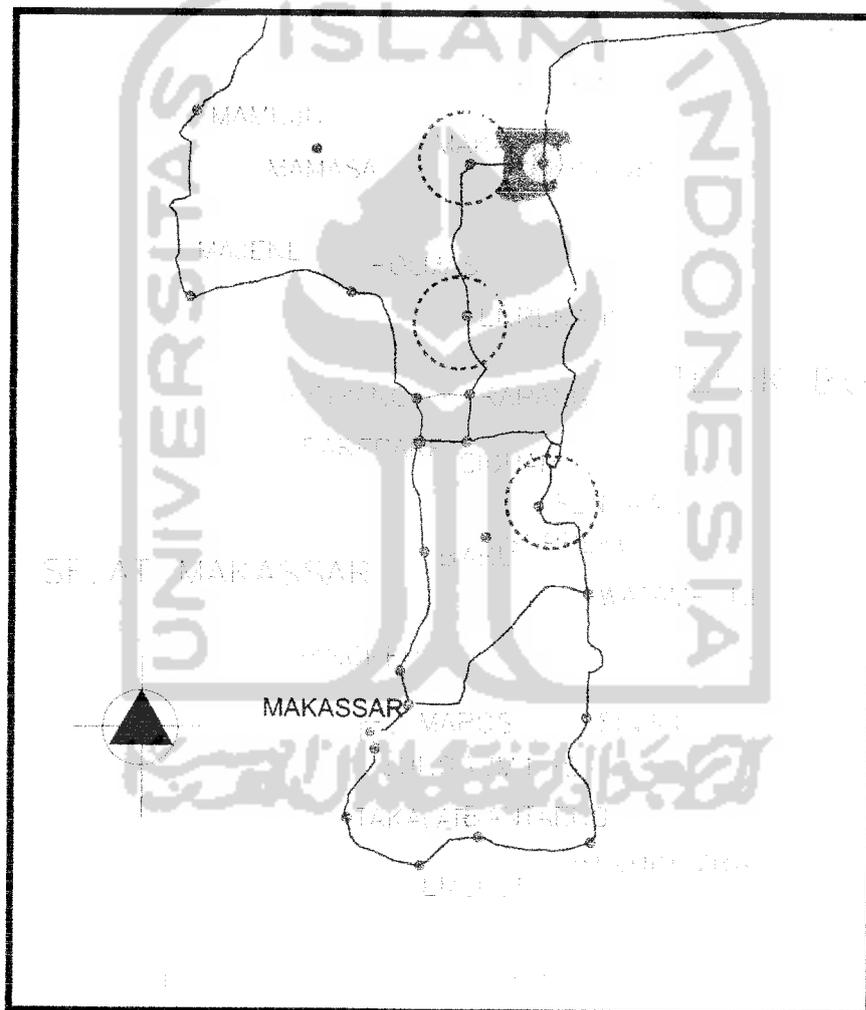
Dalam pemahaman dasar, kebudayaan tersusun atas 4 komponen yang selalu diwariskan dari generasi ke generasi, yaitu :

- *Value* (Nilai). Aspek ini meliputi gagasan tentang apa yang membuat kehidupan menjadi penting, sehingga menjadi pengarah dalam kehidupan.
- *Norm* (Norma). Norma merupakan harapan tentang bagaimana cara manusia berperilaku atau bersikap dalam berbagai keadaan dimana pun mereka berada.
- *Institution* (Adat istiadat). Adat istiadat merupakan sebuah sistem kehidupan masyarakat, yang tanpa keberadaannya aspek nilai dan norma tidak dapat diaplikasikan.
- *Artifact* (Artefak). Artefak adalah benda atau tinjauan dari materi budaya yang berasal dari peninggalan nilai - nilai kebudayaan atau norma - norma.



- Kerajinan Logam
  - Besi
  - Emas
  - Perak
  - Perunggu
  - Kuningan

Adapun daerah penghasil kerajinan tersebut dapat dilihat dari peta berikut :



Gambar 5.9.1. Peta kuno situasi masa awal pengelompokan situs kota kuno Palopo

Sumber : Kota Kuno Palopo, dimensi fisik, sosial dan kosmologi, 2003

### 5.9.2 Unsur kebudayaan dalam Tataan Kota Kuno Palopo

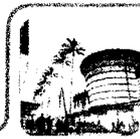
Kota kuno Palopo merupakan salah satu perwujudan konsep kebudayaan masyarakat Bugis - Luwu yang dapat dilihat dari dimensi fisik, sosial dan ideologi ruang kotanya. Hal ini dapat diamati dari hubungan kontekstual artefak, lingkungan, dan simbol - simbol yang terefleksikan. Hubungan kontekstual tersebut akan menggambarkan sejumlah fungsi ruang menurut kebudayaan masyarakatnya sendiri. Menurut Rapoport, pada kebudayaan tradisional, semua fungsi pengatur suatu kota mengandung simbol agama dan hal yang dikeramatkan, meskipun syarat terbentuknya wilayah dan ruang yang efektif menurut kebutuhan dan tujuan kehidupan masyarakat tetap ada.

Pengaturan keseluruhan sistem kota kuno berkaitan dengan tujuan kehidupan masyarakat tradisional, yaitu harmoni. Tujuan harmoni diwujudkan dalam bentuk simbol yang berakar dari nilai dan pengalaman budaya masyarakatnya sendiri. Nilai dan pengalaman budaya akan berpengaruh terhadap berbagai pilihan pengaturan lingkungan fisik kota. Biasanya, pilihan yang muncul senantiasa berorientasi kepada pertimbangan integrasi dan stabilitas.

Kota kuno Palopo merupakan bahasan yang menarik. Dalam tatanannya, kota kuno Palopo berkarakter *magis - religius*. Konsep ini didominasi kepercayaan keagamaan yang senantiasa menjaga keseimbangan kehidupan dunia (mikrokosmos) dan integrasi yang harmoni dengan totalitas makrokosmos. Di satu sisi kota tersebut banyak dipengaruhi oleh nilai - nilai kosmologis, dan di sisi lain tetap memperhatikan kehadiran Islam yang dibawa oleh para pendatang sesuai dengan aqidah dan syariah menurut Al Qur'an dan Hadist.

Dimensi fisik menunjukkan bahwa struktur kota kuno Palopo abad ke XVII terdiri atas tiga tingkatan cluster, yaitu utara, selatan dan pusat. Disini nampak bahwa struktur kota yang terbentuk bertendensi orientasi utara-selatan. Orientasi ke Utara berhubungan dengan sikap penghormatan, ketauladanan, dan integrasi sosial kepada nenek moyang. Dengan demikian kota tersusun menurut konsep struktur : sosial - budaya, fungsi struktur status sosial, kedudukan dewa, aturan

<sup>29</sup> Catanese, et.al, 1986)



dunia menurut alam - cita serta orientasi Utara-Selatan dimana pusat kota berperan sebagai sumber spirit di Utara dengan rakyat yang melaksanakan aktivitas di Selatan.

Tingkatan paling atas terletak di sebelah Utara. Cluster ini tidak digunakan untuk pemukiman, melainkan dipandang sebagai *tana ri gella* (daerah khusus kerajaan), yang mempunyai kedudukan sebagai *tana tekko* (wilayah suci). Hal ini dibuktikan dengan keberadaan makam raja - raja Luwu, *Lokkoe*.

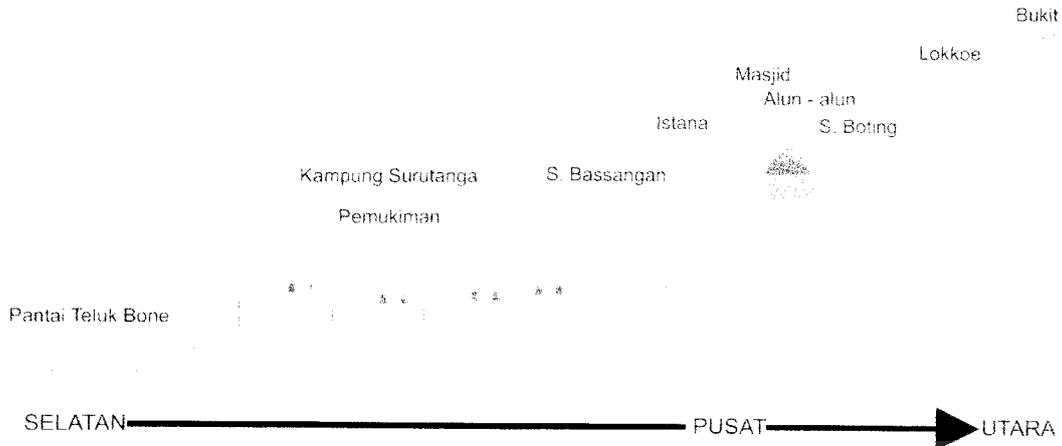
Klauster paling Selatan adalah pemukiman tingkat pertama, Kampung Surutanga. Tingkatan ini merupakan antitesa dari klauster Utara, dimana rakyat atau masyarakat bermukim disini. Sifat golongan ini aktif dan umum.

Di antara ruang Utara dan Selatan, terdapat klauster *Origin* (Pusat kota). Ada 4 elemen pokok yang terdapat di area ini, yaitu :

1. Istana, yakni simbol legitimasi kekuasaan raja - sebagai genotipe kekuasaan Batara Guru di Utara yang disimbolkan makam Lokkoe. Dalam konsep organisme negara orang Luwu, raja (*pajung*) menjadi komponen (kota)
2. Alun - alun, sebagai refleksi yang memperkuat kekuasaan raja dan kerajaan terhadap kehidupan sosial untuk menegakkan keadilan.
3. Masjid, merupakan simbol ruh Islam dalam tatanan masyarakat Luwu, khususnya Palopo.
4. Pohon beringin, merefleksikan simbol sumber hukum Islam, yaitu Al Qur'an dan Al Hadist. Namun hal tersebut tidak dibahas secara mendalam tentang pencapaian maknanya.

Disamping itu, dalam tingkatan ini terdapat juga pemukiman, yang ditujukan untuk golongan bangsawan dan pejabat pemerintah.

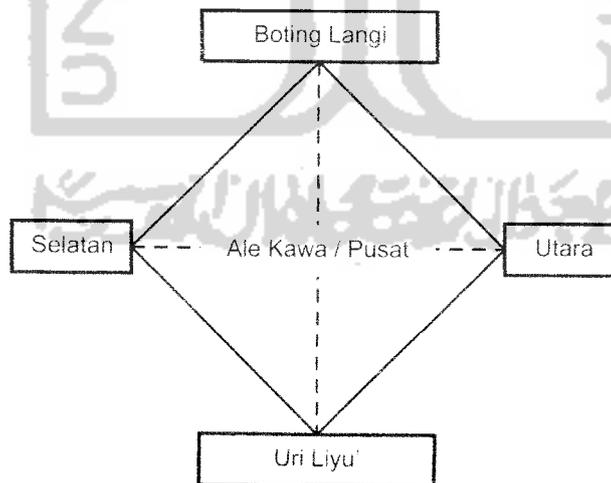
<sup>30</sup> Robert van Heine Geldern. "Konsepsi tentang Negara dan Kedudukan Raja di Asia Tenggara (terj). 1982



Gambar 5.9.2. Perbedaan topografi dalam hubungan dengan organisasi simbol ruang kota

Sumber : Kota Kuno Palopo, dimensi fisik, sosial dan kosmologi, 2003

Selain orientasi bertendensi magis, kota juga merupakan bagian integral dari makrokosmos, berorientasi Timur - Barat. Kota selanjutnya merupakan satu bagian integral makrokosmos yang disebut *Ale Kawa*, sehingga tidak dapat merefleksikan makrokosmos bila hanya dipandang secara otonom, tanpa melihat hubungannya dengan struktur simbolik yang tak lain kepercayaan pembagian 3 lapis dunia yakni Botinglangi' (Dunia Atas), Ale Kawa (Dunia Tengah) dan Uri Liyu' (Dunia Bawah). *Botinglangi* disimbolkan figur geografis gunung, dan *Uri Liyu* disimbolkan oleh laut (Teluk Bone).



Gambar 5.9.3. Konsep kosmologi yang diterapkan pada struktur Kota Kuno Palopo Abad XVII

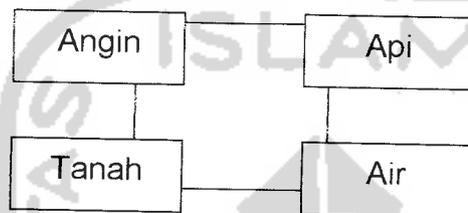
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007

Berdasarkan petunjuk orientasi dan pembagian struktur integral ruang (Utara - Selatan) dan dunia (Timur - Barat) di atas, maka tergambar bahwa penataan struktur kota didasarkan pada konsep kosmologi.

### 5.9.3 Arsitektur Palopo

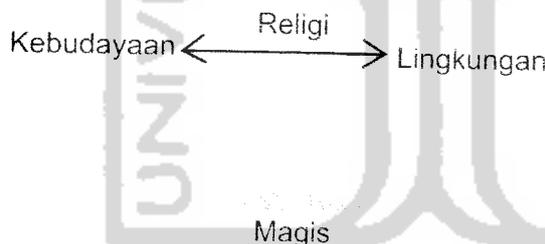
Pembentukan dan penciptaan ruang, secara etnologis dapat diperoleh dari model bangunan rumah atau tempat peribadatan berbagai etnis, misalnya istana Bugis (*Saoraja*)

*Saoraja* banyak menggunakan bentuk segi empat dan segi tiga. Bentuk segi empat dipercaya mengandung makna kosmologis yang menganggap bahwa alam ini berbentuk *sulapa eppa'* (persegi empat) dan merujuk konsep unsur kejadian manusia, yaitu tanah, air, api dan angin.



Gambar 5.9.4. Diagram unsur kejadian manusia  
Sumber : hasil olahan, penulis 2007

Sedangkan bentuk segitiga dipercaya merupakan bentuk hubungan antara kebudayaan, religi, dan lingkungan dengan kepercayaan magis masyarakat.



Gambar 5.9.5. Diagram hubungan antara kebudayaan, religi, lingkungan dan magis.  
Sumber : hasil olahan, penulis 2007

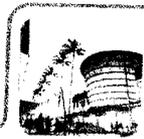
## VI. METODA

### Deskriptif

Menjelaskan data dan informasi yang berkaitan dengan latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran yang berasal dari study literatur.

### Obsevasi

Berupa studi literatur tentang *shopping mall*, suasana nyaman serta studi banding mall untuk mendapatkan data yang komparatif dalam penganalisaan.



## Analisis

Berupa tuntutan permasalahan khusus, sehingga diperlukan pendekatan analisa pada pengolahan ruang dalam, sistem sirkulasi, ruang publik sehingga tercapai suasana yang rekreatif.

## KEASLIAN PENULISAN

Keaslian penulisan ini dimasukkan agar keaslian ide dan serat gagasan dalam karya ini tetap terjaga. Berikut adalah beberapa judul tugas akhir yang pernah diangkat dan dijadikan pembandingan :

1. Judul : Jogja Mall  
 Oleh : Rahmatina Wahyu Ningsih/00512027/2004/UII  
 Permasalahan : Bagaimana menerapkan arsitektur modern sebagai pembentuk performa bangunan shopping mall.
2. Judul : Pusat Perbelanjaan di Rantau Prapat Sumatera Utara  
 Oleh : Silvani/99512233/2004/UII  
 Permasalahan : Bagaimana merancang sebuah pusat perbelanjaan yang dapat memwadahi kegiatan perdagangan, baik bagi pusat perbelanjaan modern maupun pasar tradisional juga ruang perantara yang dapat digunakan bersama dengan memperhatikan penataan modul dan tata ruang.
3. Judul : Shopping Mall di Kawasan Komersial Kab. Kotabaru – Kalimantan Selatan.  
 Oleh : Donald Oharra Sinaga/97512049/2003/UII  
 Permasalahan : Bagaimana merancang Shopping Mall dengan mengolah citra bangunan komersial sebagai landmark pada pusat perdagangan di kawasan pengembangan Kotabaru menjadi salah satu daya tarik pasar dan cerminan identitas kawasan.

## VII. DIAGRAM POLA PIKIR

### LATAR BELAKANG

Pentingnya keberadaan Shopping Mall di Palopo  
Fenomena terkikisnya nilai - nilai kebudayaan oleh kehadiran mall

#### UMUM

Bagaimana merancang sebuah Cultural Shopping Mall yang dapat mewadahi fungsi komersial sebagai magnet baru kota, dan mengangkat budaya lokal Kota Palopo?

#### KHUSUS

Bagaimana membuat sebuah Cultural Shopping Mall yang mampu mengeksplorasi unsur - unsur yang terdapat dalam sistem tata ruang kota kuno Palopo menjadi rancangan arsitektural

### PERMASALAHAN

### TUJUAN

Merancang sebuah Cultural Shopping Mall yang dapat mewadahi fungsi komersial, sebagai magnet baru kota dan mengangkat budaya lokal Palopo dengan mengeksplorasi unsur - unsur yang terdapat dalam sistem tata ruang kota Palopo menjadi rancangan arsitektural

### SASARAN

- Membuat rumusan konsep Cultural Shopping Mall, antara lain kebutuhan ruang, jenis ruang dan besaran ruang.
- Mencari rumusan konsep bangunan Cultural Shopping Mall di Palopo.
- Mengidentifikasi jenis - jenis kegiatan budaya yang dapat dimasukkan dalam Cultural Shopping Mall.
- Mengeksplorasi tata kota kuno Palopo
- Mencari rumusan konsep sirkulasi.
- Mengidentifikasi alur gerak pelaku (pengunjung, pengelola dan pengguna lainnya) Shopping Mall.

### LANDASAN TEORI

- Pengertian Shopping Mall
- Klasifikasi Shopping Mall
- Karakter Dasar Shopping Mall
- Studi kasus Shopping Mall
- Studi literatur Kebudayaan Sulawesi

### METODE PERANCANGAN

- Survey Lapangan
- Studi Literatur
- Menganalisis dan membuat kesimpulan

### ANALISIS

- Analisis pemilihan site
- Analisis site
- Analisis pelaku kegiatan dan kebutuhan ruang
- Analisis besaran ruang
- Analisis kebudayaan Sulawesi Selatan
- Analisis Tata ruang dalam
- Analisis pola pergerakan
- Analisis *landscape*

### KONSEP

#### KONSEP BANGUNAN

- Organisasi ruang
- Konsep masa bangunan

#### KONSEP TATA RUANG DALAM

- Konsep pengaturan *anchor tenant*
- Konsep penataan ruang
- Konsep sirkulasi

#### KONSEP TATA RUANG LUAR

- Konsep entertainment
- Konsep *landscape*
- Konsep parkir (sirkulasi)

### DESAIN BANGUNAN CULTURAL SHOPPING MALL

Gambar 7.1 Diagram Pola Pikir  
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

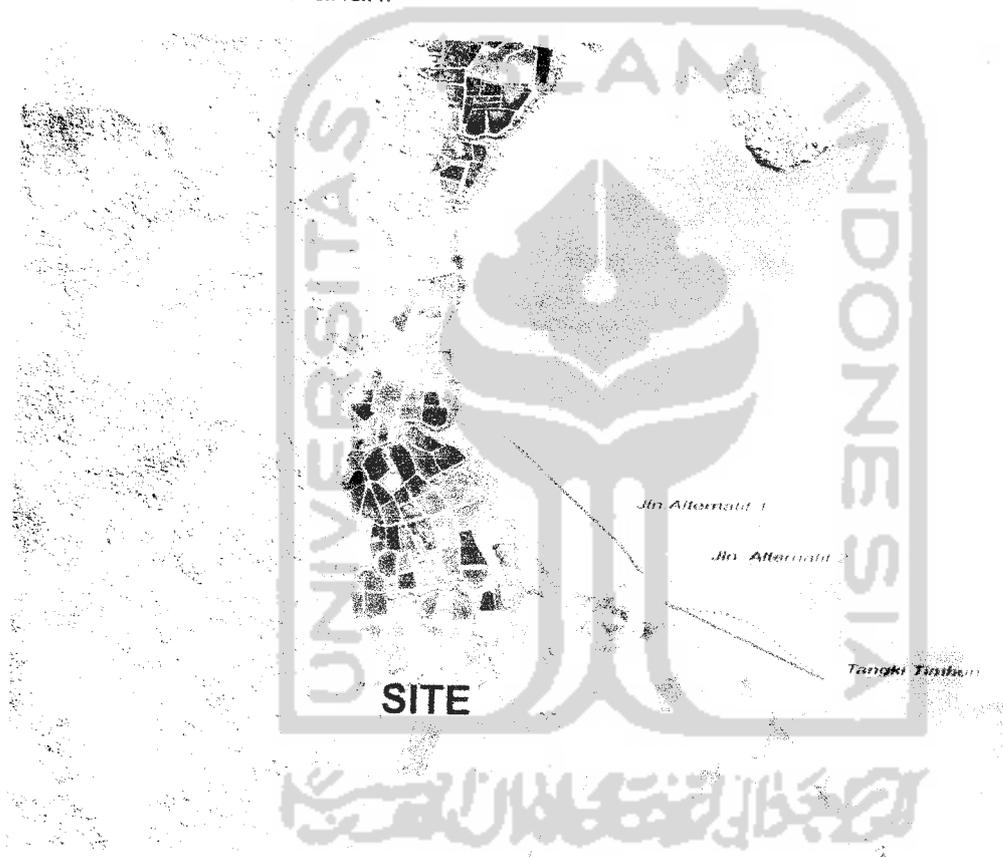


## VIII. ANALISIS

### 8.1 Analisis Pemilihan Site

Ada beberapa pendekatan yang dijadikan pertimbangan dalam pemilihan lokasi shopping mall di Palopo ini, yaitu :

1. Kemudahan aksesibilitas dalam pencapaian lokasi.
2. Kondisi lingkungan sosial disekitarnya.
3. Kesesuaian fungsi lahan yang akan digunakan.
4. Kesesuaian dengan kebudayaan daerah.
5. Ketersediaan lahan.

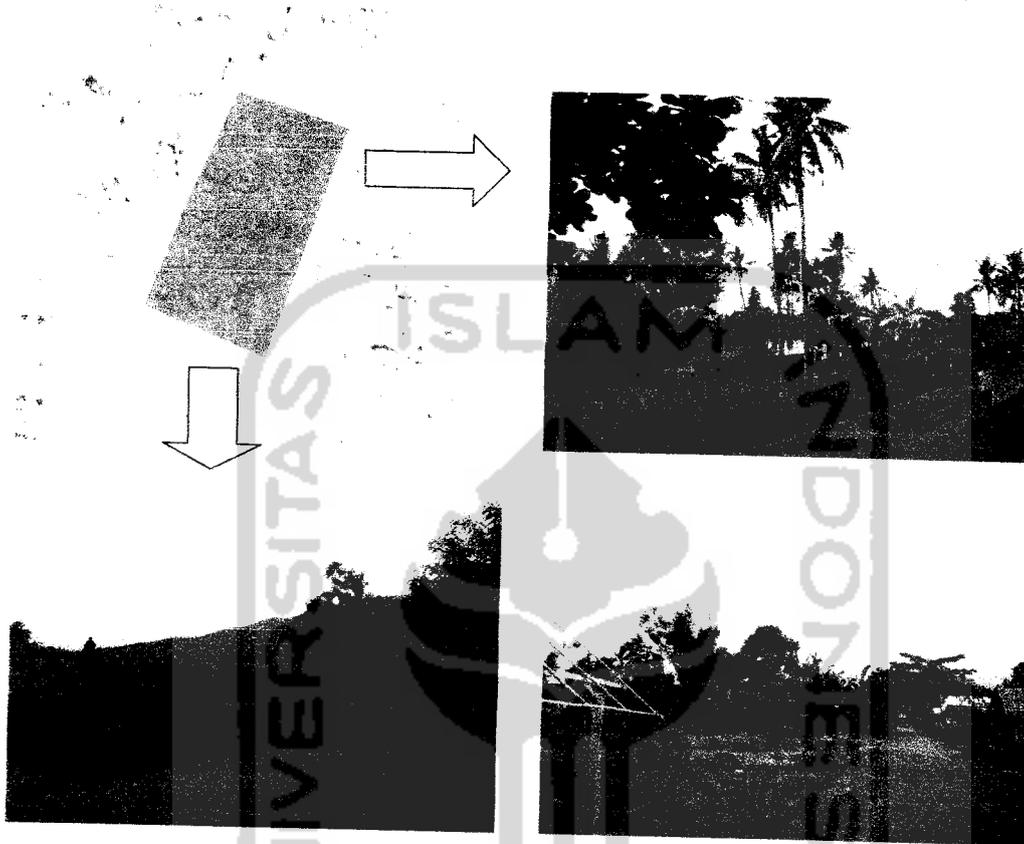


Gambar 8.1.1. Peta Alternatif Lokasi  
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

Dari pertimbangan tersebut terpilihlah site di atas dengan beberapa potensi site sebagai berikut :

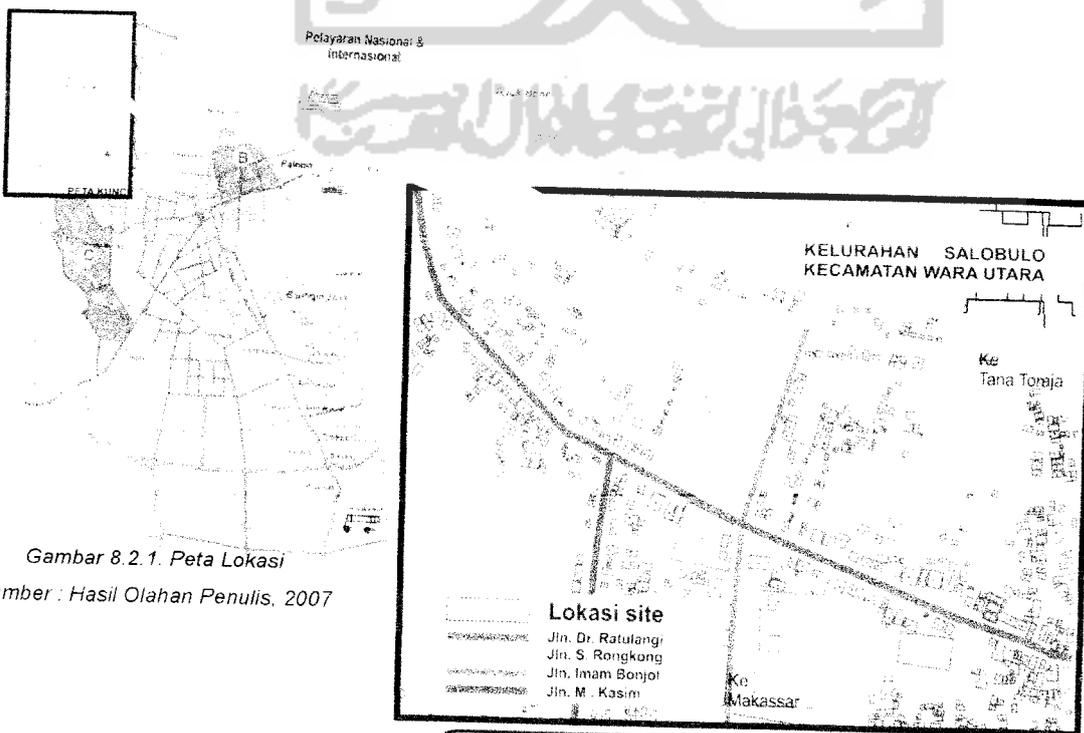
- Site terletak di jalan Ratulangi, bagian Pusat kota Palopo
- Aksesibilitas cukup mudah.
- Terletak dalam sebuah garis imajiner yang menerus dengan lokasi - lokasi Kebudayaan Kota Palopo.
- Letaknya dekat dengan sarana - sarana penunjang lainnya.

- Site berupa lahan kosong yang kini dihuni oleh beberapa warga yang menyewa tanah pada pemerintah.
- Memiliki view ke arah gunung
- Site cenderung tanpa perbedaan kontur yang signifikan (datar)



Gambar 8.1.2. Peta dan Suasana Site  
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

## 8.2 Analisis Site



Gambar 8.2.1. Peta Lokasi  
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

Site tersebut memiliki kelebihan dalam beberapa aspek, sebagai berikut:

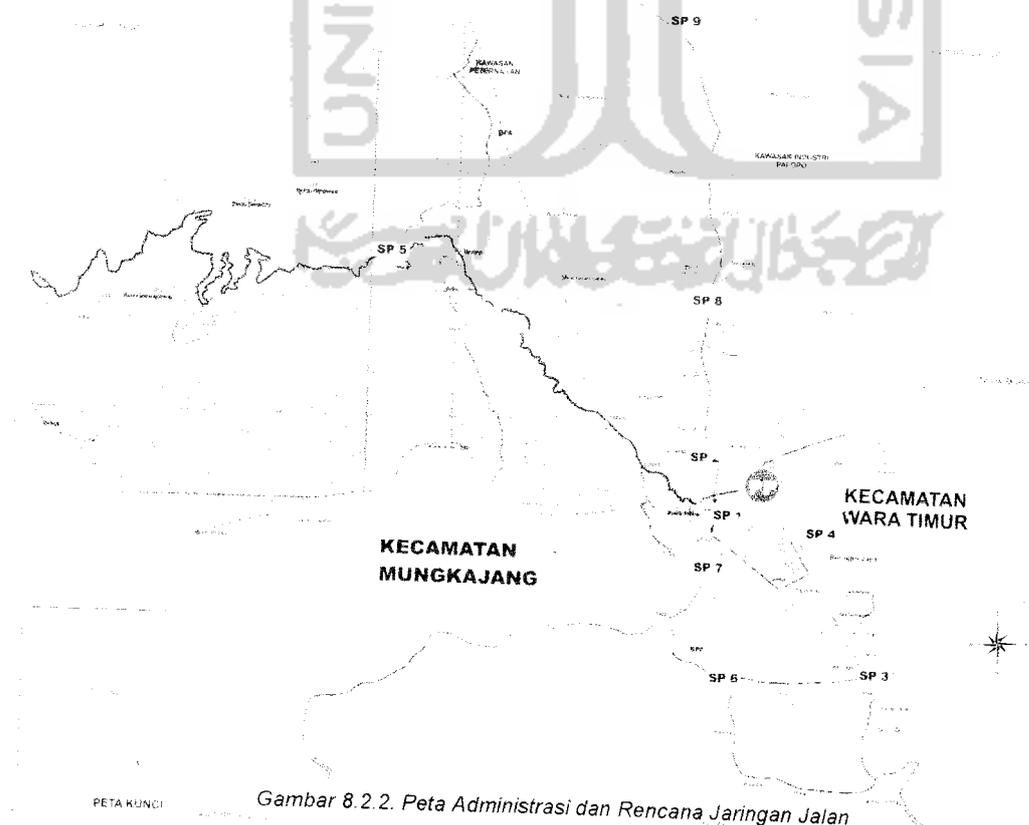
### 1. Kemudahan Pencapaian

Site terpilih ini terletak di Kelurahan Salobulo, Kecamatan Wara Utara, tepatnya di tepi jalan Ratulangi yang merupakan jalan Arteri II dan merupakan jalur Trans Sulawesi, menuju ke Tana Toraja, Makassar, Belopa dan Masamba.

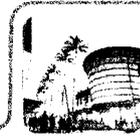
Area ini merupakan lahan dengan batas – batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Jl. Sungai Rongkong, daerah pemukiman, toko - toko.
2. Sebelah Barat : Jl. Sungai Rongkong I, pemukiman, lahan kosong
3. Sebelah Selatan : Jl. Dr. Ratulangi, Lahan Kosong, pemukiman, pertokoan.
4. Sebelah Timur : Jl. Imam Bonjol, pemukiman

Site tersebut terletak di pusat kota, dengan berbagai jalan yang menghubungkan ke terminal - terminal dalam kota Palopo.



Gambar 8.2.2. Peta Administrasi dan Rencana Jaringan Jalan  
 Sumber : Rencana Tata Ruang Wilayah Palopo, 2006 - 2015



## 2. Kecocokan Fungsi Lahan

Site tersebut termasuk dalam Bagian Wilayah Kota (BWK) B yang berperan sebagai pusat perdagangan dan perbelanjaan<sup>31</sup>. Sedangkan dalam RUTRK Kota Palopo 2006 prasyarat pembangunan tidak dijelaskan secara signifikan, karena pemerintah masih berada dalam upaya meningkatkan pertumbuhan kawasan tersebut. Namun nilai BCR yang dianjurkan adalah sekitar 40% – 60%.



Gambar 8.2.3. Kondisi Eksisting Lokasi  
Sumber : Hasil Observasi, Penulis 2006

## 3. Ketersediaan Lahan

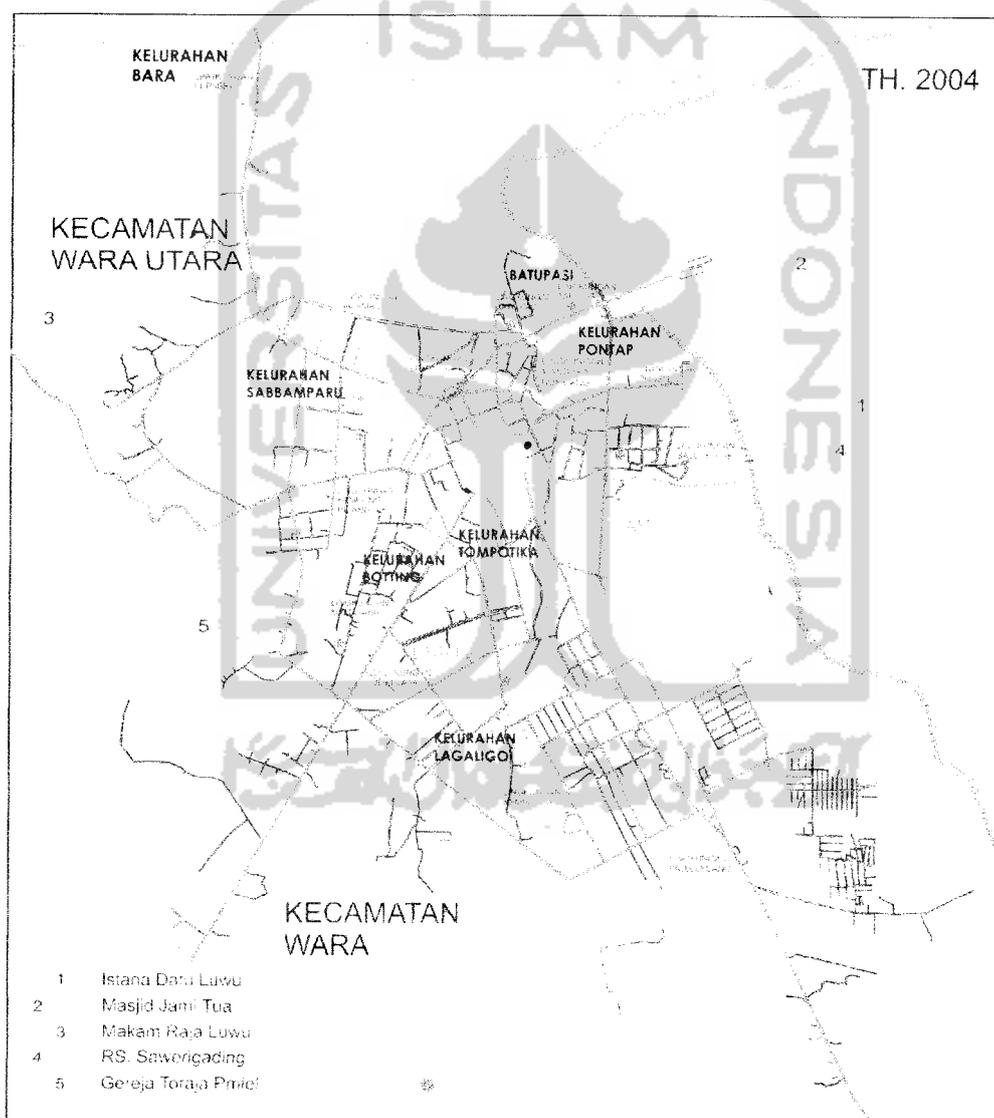
Lahan yang tersedia di lokasi ini seluas  $\pm 18.000 \text{ m}^2$ . Kondisi eksistingnya di lokasi tersebut banyak terdapat rumah – rumah semi permanent penduduk. Namun status mereka adalah menyewa tanah yang notabene adalah milik pemerintah. Sehingga dalam perencanaannya sekitar 15 kk yang bermukim di lokasi ini akan dipindahkan ke kawasan pemukiman penduduk dan site tersebut direncanakan sebagai *Shopping Mall*.

<sup>31</sup> Peta Rencana Tata Guna Lahan Kota Palopo Tahun 2006 – 2012

#### 4. Kecocokan dengan kosmologi kota kuno Palopo.

Jika diamati dari segi kosmologinya, maka site tersebut terletak di cluster Utara yang dipercaya sebagai *Tana Tekko* yang memiliki arti "bernilai penting". Hal ini dimaksudkan agar shopping mall nantinya dapat menjadi sebuah bangunan yang keberadaannya sangat penting bagi kota Palopo.

Selain itu letaknya dekat dengan obyek - obyek bangunan bersejarah di Kota Palopo, sehingga mall mudah dicapai wisatawan dan dapat dimasukkan dalam paket perjalanan wisata Kota Palopo.

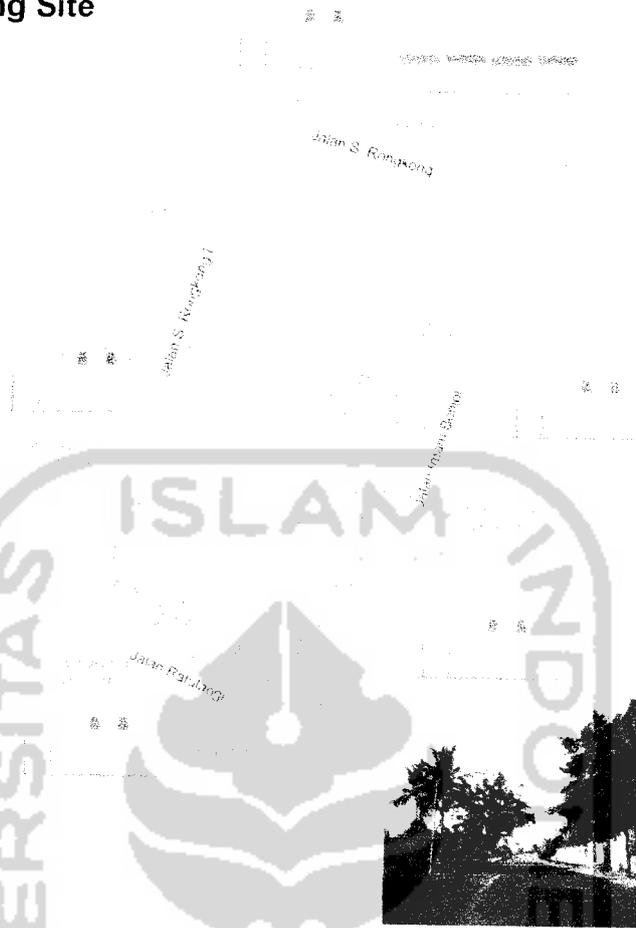


Gambar 8.2.4. Peta kuno situasi masa awal pengelompokan situs kota kuno Palopo

Sumber : Kota Kuno Palopo, dimensi fisik, sosial dan kosmologi, 2003



### 8.3 Kondisi Eksisting Site



Gambar 8.3.1. Kondisi Eksisting Lokasi  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

#### 8.3.1 Analisis Traffic

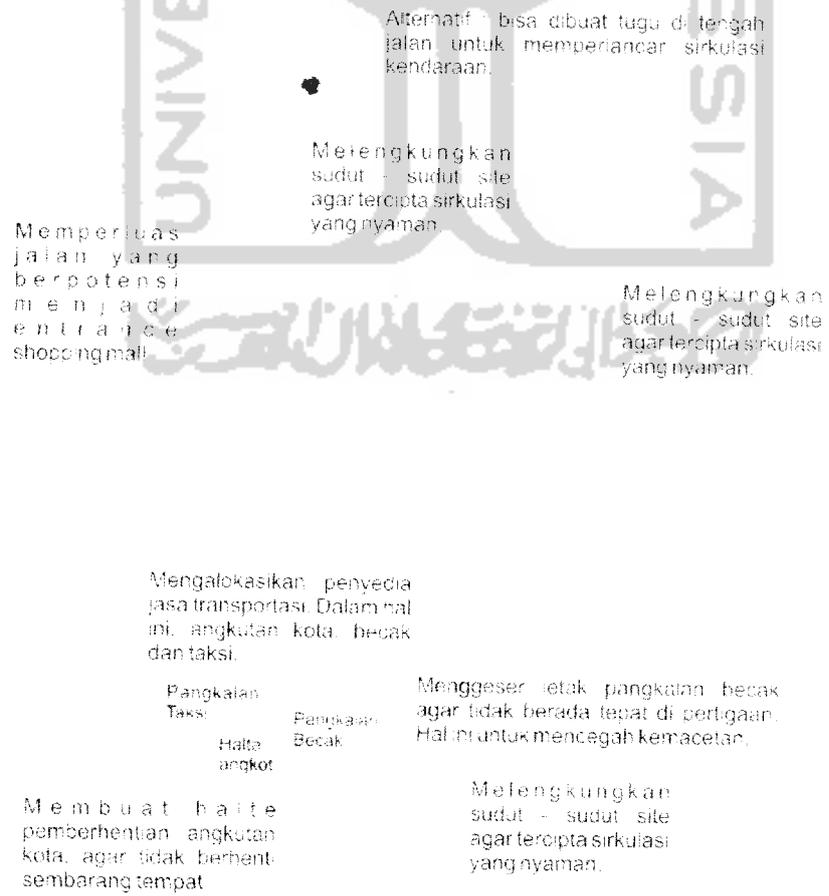
Dasar pertimbangan :

- Kepadatan arus lalu lintas di sekitar site yang dapat menimbulkan kemacetan
- Kecenderungan penyedia jasa transportasi seperti taxi, becak, angkutan kota untuk mencari penumpang di sekitar site. Di kota ini tidak terdapat sarana bis kota, sehingga tidak diperhitungkan dalam analisis.

Isu strategis : Diharapkan dengan adanya cultural Shopping Mall dapat menjadi magnet perdagangan baru bagi Kota Palopo yang menjadikan kawasan di sekitarnya turut berkembang menjadi kawasan perdagangan



Gambar 8.3.2. Analisis Traffic Site  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007



Gambar 8.3.3. Analisis Traffic Site  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

Respon terhadap site :

- Penyediaan halte bus bagi angkutan kota, pembuatan jalur lambat dan fasilitas trotoar untuk pejalan kaki.
- Mengalokasikan penyedia jasa lainnya, seperti taksi dan becak.
- Memperlebar daerah perempatan yang dapat diberi penanda ditengahnya untuk memperlancar sirkulasi kendaraan.
- Memperluas jalan didepan site yang akan dijadikan entrance, agar kepadatan pengendara dapat dihindari.

### 8.3.2 Analisis View

Dasar Pertimbangan :

#### 1. View dari Site

- Mencari arah pandangan paling menarik yang dapat ditangkap dari view.
- Mencari arah pandangan yang kurang menarik dari site agar dapat disiasati atau diminimallisir.

#### 2. View ke Site

- Arah pandangan menuju site terbaik yang dapat dilihat dari luar site.
- Mencari tempat atau jalan yang paling banyak dilalui oleh publik, sehingga dapat memaksimalkan performa bangunan pada daerah tersebut.

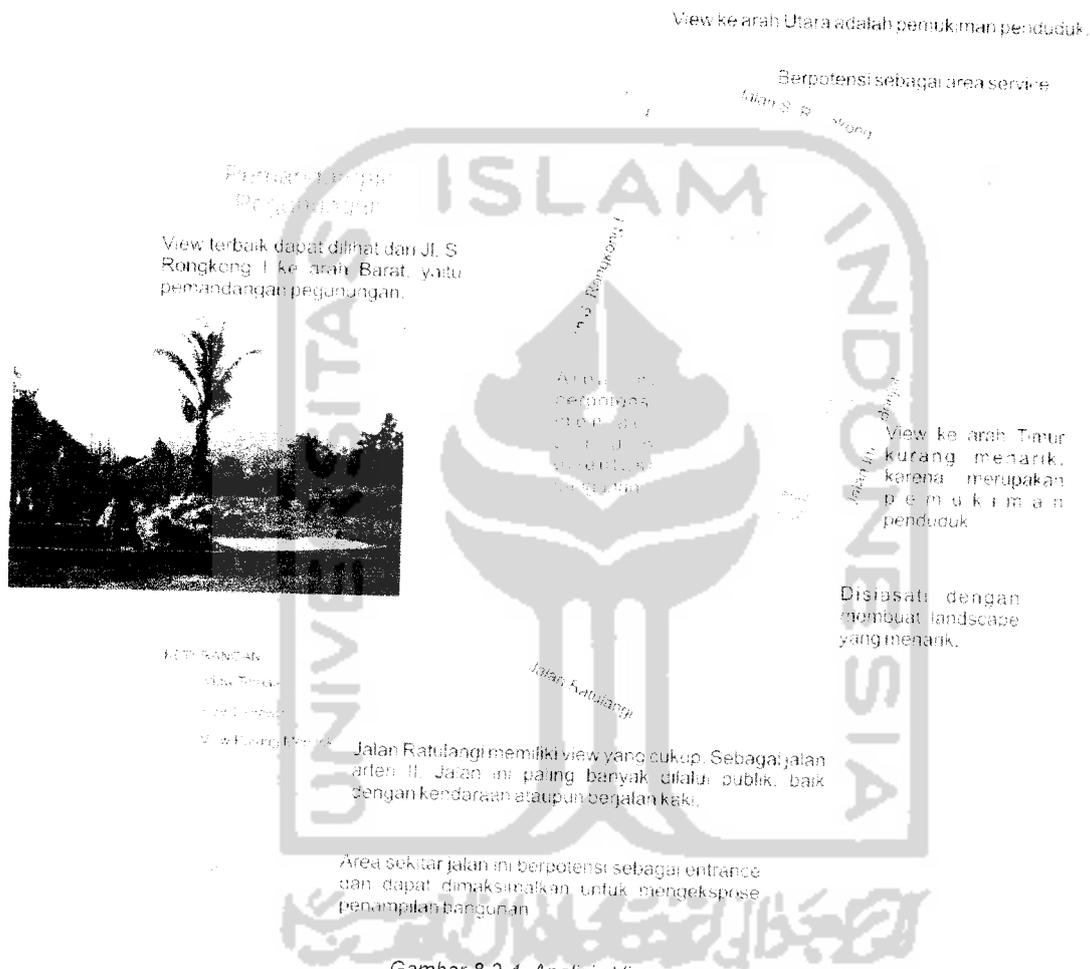
Analisis :

- View terbaik dari site diperoleh di daerah sekitar Jl. Sungai Rongkong I.
- View menuju site yang paling sering diamati publik terletak di sekitar jalan Ratulangi karena merupakan jalan hirarki I. Jalan tersebut memiliki tingkat kepadatan jalan yang tinggi.

Respon terhadap site :

- Daerah sekitar Jl. S. Rongkong I dioptimalkan dengan open space atau sebagai entrance karena memiliki view yang menarik.

- Daerah sekitar Jl. Ratulangi juga dapat dioptimalkan sebagai entrance dan performa yang menarik, karena berpotensi menjadi penarik massa utama.
- Daerah yang memiliki view yang kurang menarik dapat disiasati dengan membuat landscape yang menarik atau digunakan sebagai area service, dropping barang dan area pengelola.



Gambar 8.3.4. Analisis View

Sumber : Hasil Olahan, Penulis 2007

### 8.3.3 Analisis Orientasi Bangunan

Dasar pertimbangan :

- Peletakan entrance yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai jual bangunan. Tempat yang tepat akan membuat nilai ekspose mall menjadi tinggi.
- Kenyamanan pengunjung menuju ke bangunan.
- Berhubungan dengan kenyamanan sirkulasi kendaraan dan pedestrian street.

Analisis :

- Persimpangan jalan Ratulangi merupakan pertemuan arus pengunjung dari dalam dan luar kota.
- Jalan S. Rongkong merupakan jalan yang sering dilalui pengunjung dari luar kota.

Jl. S. Rongkong yang dipadati pengunjung dari luar kota.



Gambar 8.3.5. Analisis Orientasi Bangunan

Sumber : Hasil Olahan. Penulis, 2007

Respon terhadap site :

- Perempatan jalan ratulangi merupakan arah paling potensial.
- Orientasi fasad bangunan yang menghadap ke ruas jalan paling ramai diekspose sebaik mungkin untuk menarik minat khalayak.

### 8.3.4 Analisis Klimatologi

Dasar pertimbangan :

- Peredaran matahari
- Arah pergerakan angin
- Solusi iklim terhadap bangunan
- Kebutuhan ruang terhadap pencahayaan dan penghawaan alami.



Analisis :

- Site membujur dari Utara ke Selatan. Daerah sebelah Barat mengalami kondisi pencahayaan dan hawa terburuk pada siang hari.
- Pada siang hari berhembus angin laut, sehingga dari arah Timur angin ini melalui site. Angin ini sejuk dan membawa banyak uap air.
- Pada malam hari berhembus angin darat, sehingga dari arah Barat angin melalui site. Angin ini kering dan mengandung sedikit uap air.

Pada siang hari bagian Barat bangunan mengalami kondisi cahaya matahari yang terik dan menyengat.

Sinar matahari pagi yang hangat dan menyehatkan dapat direspon dengan

Direspon dengan mengurangi bukaan di bagian Barat

Angin Darat yang berhembus dari Barat, membawa dampak buruk pada bangunan, karena bersifat kering dan panas.

Direspon dengan mengurangi bukaan di daerah ini. Alternatifnya adalah dengan menanam vegetasi



+++

+++

+++

+++

Angin Laut yang berhembus pada siang hari membawa banyak air, sehingga menyebabkan hawa menjadi sejuk.

Direspon dengan membuat bukaan lebar pada bagian sisi Timur Bangunan.

Gambar 8.3.6. Analisis Klimatologi

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

Respon terhadap site

- Bagian sisi Timur bangunan berpotensi dibuat bukaan yang lebar untuk menangkap sinar dan hawa sejuk.
- Bagian sisi Barat bangunan sebaiknya tidak menggunakan banyak bukaan, karena mendapat efek cahaya yang buruk di siang hari dan efek angin yang buruk pada malam hari. Alternatif lain adalah dengan banyak menanam vegetasi di daerah ini.



### 8.3.5 Analisis Open Space

Penataan open space disini adalah pengaturan ruang luar bangunan yang tanpa atap, yang berupa plaza atau ruang terbuka.

Dasar pertimbangan :

- Menyediakan ruang yang mampu mewadahi aktifitas hiburan dan kesenian tradisional yang nantinya akan menarik perhatian pengunjung mall.
- Sebagai ruang resapan air hujan.

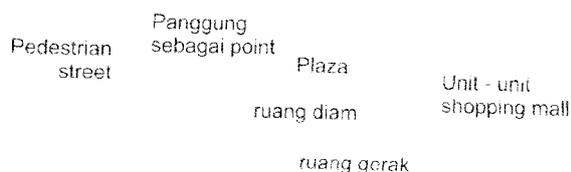
Ruang terbuka yang ingin diciptakan adalah ruang yang hangat dan akrab, dengan sebuah hiburan yang mampu menjadi *point of view*.

Ruang yang diciptakan terbagi 2, yaitu

- Ruang gerak yaitu ruang yang digunakan sebagai area sirkulasi. Misalnya untuk berjalan, atau penghubung antara unit - unit shopping mall.
- Ruang diam, yaitu ruang yang digunakan untuk area aktivitas yang mengharuskan seseorang untuk menetap di tempat tersebut. Misalnya bercakap - cakap, mengobrol, menunggu teman, diskusi, menikmati pertunjukan, dll.

Respon terhadap site :

Berdasarkan tema yang diangkat, Cultural Shopping Mall ini membutuhkan sebuah wadah yang mampu menampung kegiatan kesenian daerah. Wadah tersebut direncanakan merupakan ruang yang fleksibel. Oleh sebab itu panggung kesenian akan dihadirkan dalam ruang terbuka, sehingga ruang tersebut dapat diisi oleh fungsi lain saat tidak ada pertunjukan. Kehadirannya menjadi point dalam area open space.



Gambar 8.3.7. Analisis Open Space  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

<sup>33</sup> Ashihara, Yoshinabu. Exterior Design in Architecture, terjemahan sugeng gunadi, Merancang Ruang Luar. PT. Dian Surya, Surabaya, 1983

### 8.3.6 Analisis Kebisingan

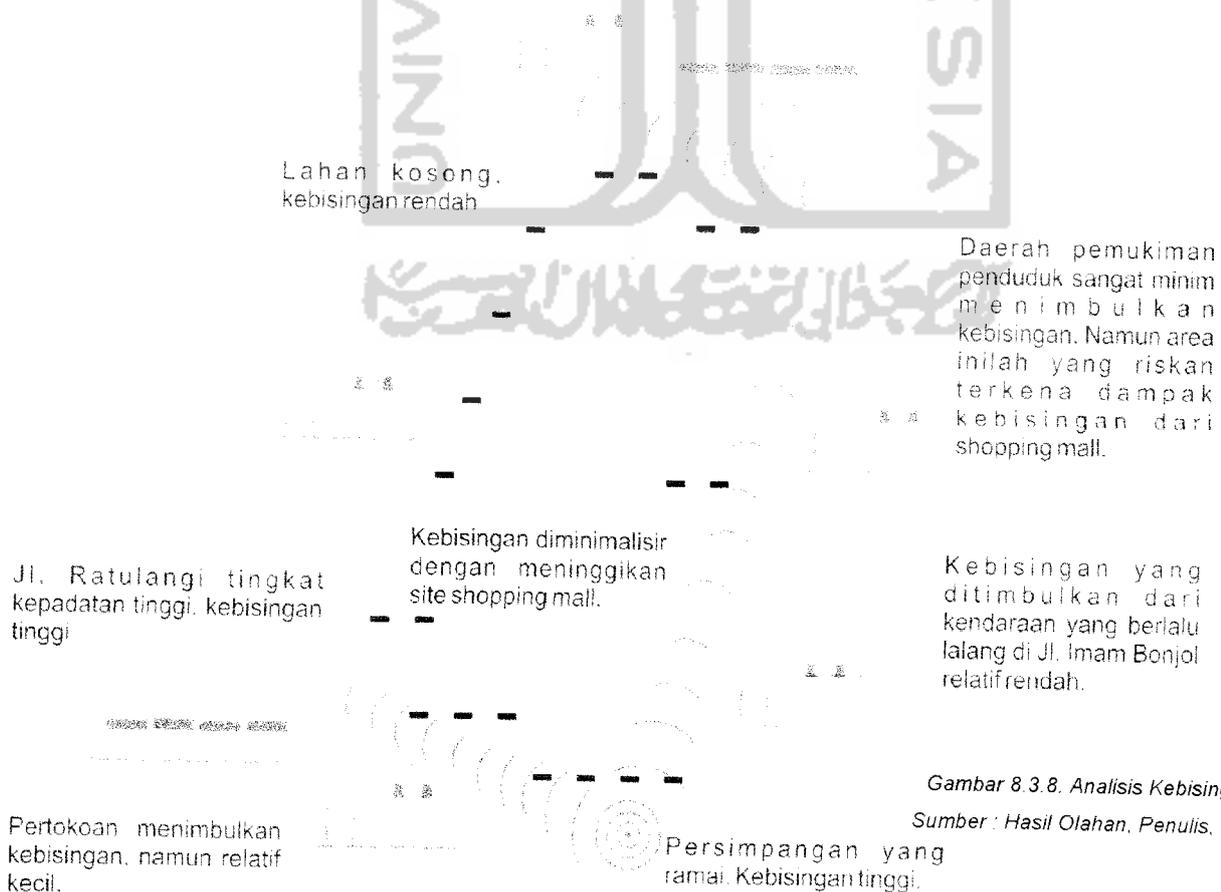
Dasar pertimbangan :

- Sumber bunyi dari lingkungan sekitar.
- Sumber bunyi yang ditimbulkan shopping mall terhadap lingkungan.
- Unit kegiatan yang membutuhkan kenyamanan tinggi

Respon terhadap site :

Ada beberapa langkah yang dapat ditempuh untuk mengurangi kebisingan, yaitu :

- Pengaturan Ketinggian Bangunan shopping mall terhadap jalan. Shopping mall dibuat lebih tinggi dari pada mall. Sebenarnya selain alasan kebisingan, peninggian bangunan ini juga dimaksudkan untuk berbagai alasan, termasuk performa bangunan dan kelancaran drainase.
- Memberi barrier, baik berupa vegetasi ataupun dinding kedap suara demi mencapai kenyamanan ruang.
- Penataan ruang yang membutuhkan kenyamanan lebih tinggi diletakkan pada zona yang memiliki tingkat kebisingan rendah.



Gambar 8.3.8. Analisis Kebisingan

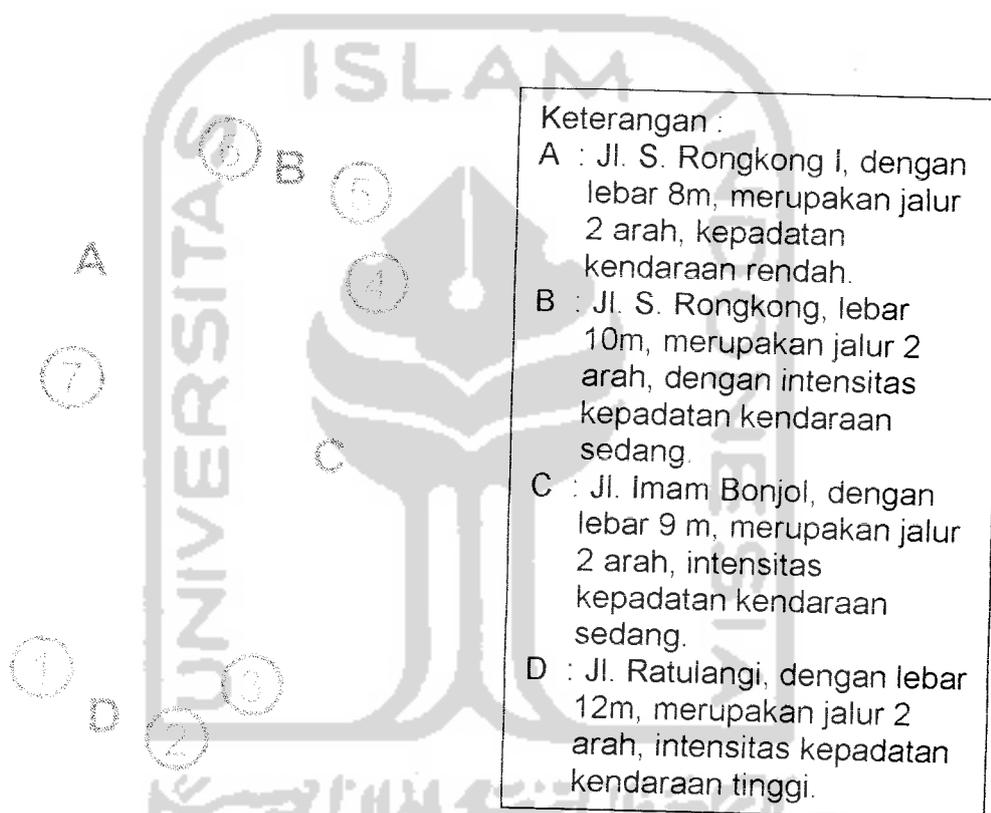
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

### 8.3.7 Analisis Pencapaian

Dasar pertimbangan :

- Keterkaitan mall dengan lingkungan sekitar.
- Sirkulasi yang nyaman, aman, dan aksesibel, baik untuk kendaraan maupun pejalan kaki dari dan keluar mall.
- Arah kedatangan pengunjung dan intensitas arus kendaraan / pengunjung.
- Kondisi jalan di sekitar site.
- 

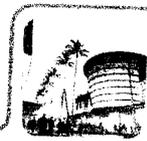
Analisis :



Gambar 8.3.9. Analisis Pencapaian

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

Alternatif I	Kondisi	Potensi
1	Berada agak jauh dari persimpangan jalan, berorientasi masuk dari jl. Ratulangi. Nilai ekspose sedang.	Potensial sebagai main entrance.
2	Berada dekat persimpangan yang rawan kemacetan.	Potensial menjadi pedestrian entrance yang dekat dengan



	Tetapi memiliki nilai ekspose yang tinggi. Orientasi ke jalan Ratulangi	persimpangan, sehingga mudah dicapai pejalan kaki. Disamping itu juga pengunjung memperoleh penampilan bangunan yang menarik. Fasad diolah semenarik mungkin. Tidak cocok sebagai main entrance, karena dapat terjadi over crossing kendaraan.
3	Berada dekat persimpangan yang berorientasi ke Jl. Imam Bonjol. Kecenderungan macet mungkin terjadi.	Potensial menjadi pedestrian entrance yang memudahkan aksesibilitas pejalan kaki. Dimungkinkan menjadi entrance parkir pegawai.
4	Berada di ruas Jl. Imam Bonjol yang lingkungan sekitarnya mayoritas pemukiman penduduk.	Tidak tepat sebagai Main entrance, karena berada di daerah dunia bawah yang bersifat rendah dalam konsep kota kuno Palopo. Selain itu menambah kebisingan di pemukiman. Dimungkinkan menjadi entrance parkir pegawai.
5	Berada di ruas Jl. S. Rongkong, yang intensitas kendaraan tidak terlalu tinggi.	Cocok dijadikan entrance Dropping barang dan service area, karena masih tergolong daerah Timur (dunia bawah).
6	Terletak di ruas Jl. S. Rongkong, berada lebih dekat ke Jl. S. Rongkong I yang intensitas kendaraannya rendah. Kemungkinan terjadi crowded rendah.	Potensial disadikan Main Out dari mall.

7	Berada di Jl. S. Rongkong I, yang intensitas kendaraannya rendah,	Menurut konsep kota kuno Palopo, area ini tepat pada posisi dunia atas yang bersifat mulia, sehingga cocok digunakan sebagai side entrance.
---	---	---

Tabel 8.1.1. Analisis Pencapaian  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

### 8.3.8 Analisis Sirkulasi dalam Site

Dasar pertimbangan :

- Faktor kenyamanan dan kenyamanan sehingga tidak terjadi *cross circulation*.
- Sirkulasi yang jelas baik sirkulasi kendaraan ataupun pejalan kaki di dalam site.
- Pengalaman jelajah dalam site, agar keseluruhan mall dapat dilalui oleh pengunjung.

Analisis :

NO. ALTERNATIF

1 Sirkulasi frontal / lurus

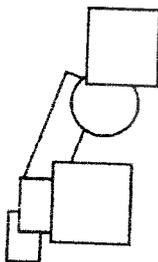
#### KELEBIHAN DAN KELEMAHAN

Kelebihan

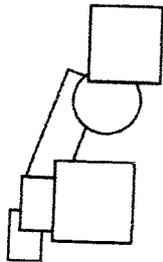
- Pengunjung lebih cepat mencapai bangunan.
- Pencapaian jelas
- Cocok untuk entrance pedestrian.

Kelemahan

- Main entrance kendaraan memiliki jarak yang pendek dengan entrance mall, sehingga memungkinkan terjadinya penumpukan kendaraan pada pintu masuk saat jam pengunjung tinggi.
- Pengunjung tidak dapat menjelajahi bagian luar bangunan.



## 2 Sirkulasi memutar



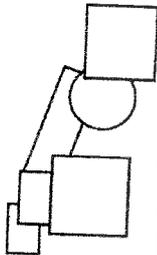
### Kelebihan

- Pengunjung mendapat pengalaman menjelajahi seluruh bagian luar bangunan. Hal ini menguntungkan aspek iklan - iklan yang menyewa ruang di fasad bangunan.
- Jarak yang cukup jauh antara main entrance dan entrance mall dapat mengurangi kemacetan di jalan luar site karena kendaraan memiliki space yang cukup panjang untuk mengantri dalam site.

### Kelemahan

- Sirkulasi ini dapat menyebabkan tereksposnya bagian - bagian service yang seharusnya tidak terlihat pengunjung.

## 3 Sirkulasi samping



### Kelebihan

- Terjadi kejelasan Main Entrance dan Main Out, sehingga kemungkinan macet dapat terhidari.
- Jarak antara main entrance dan entrance mall yang cukup dapat menghindarkan penumpukan kendaraan pada pintu masuk.

### Kelemahan

- Hanya satu sisi bangunan yang terekspose.

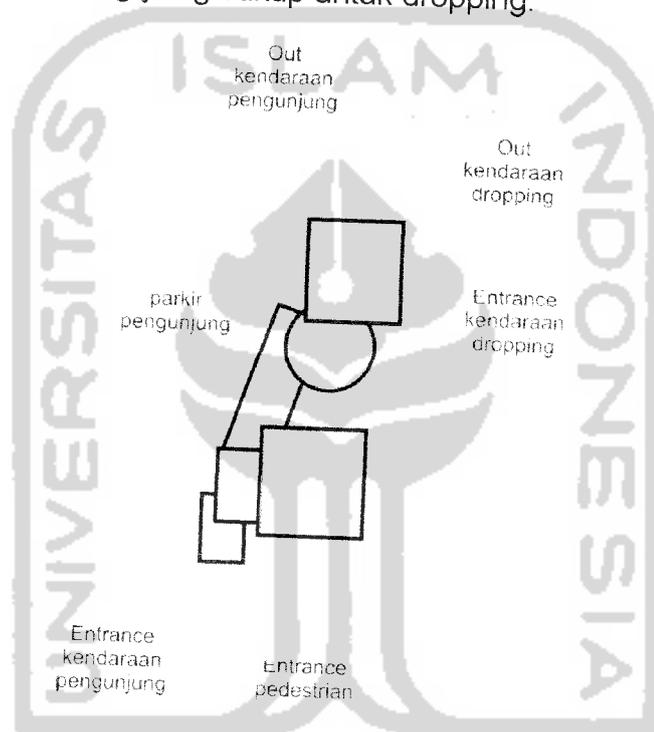
Tabel 8.1.2. Analisis Pencapaian  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

Berdasar pada kondisi dan potensi site, maka sistem sirkulasi yang digunakan adalah sistem sirkulasi frontal dan samping. Sistem sirkulasi memutar tidak digunakan karena tidak menguntungkan bagi potensi site.

- Sirkulasi pedestrian menggunakan sistem frontal, agar pejalan kaki lebih cepat mencapai bangunan.



- Sirkulasi kendaraan pengunjung menggunakan sistem sirkulasi samping. Kendaraan yang hendak sekedar menurunkan penumpang bisa langsung masuk dari entrance. Jika kendaraan hendak parkir, setelah dropping penumpang bisa langsung menuju kantong parkir yang terletak di tepian sirkulasi kendaraan. Sistem sirkulasi ini memungkinkan kendaraan untuk langsung keluar melalui pintu keluar.
- Sirkulasi service menggunakan sistem sirkulasi langsung karena membutuhkan ruang yang cukup untuk dropping.



Gambar 8.3.10. Analisis Sirkulasi  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

#### 8.4 Analisis Pengguna Bangunan dan Pola Pergerakannya

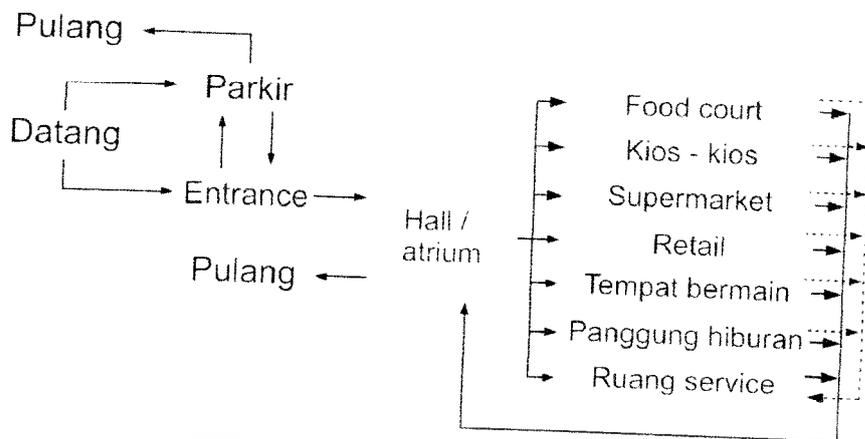
Pengguna bangunan dapat diklasifikasi sebagai berikut :

##### a. Pengunjung / konsumen

Pengunjung merupakan obyek pelaku atau masyarakat yang datang ke shopping mall karena membutuhkan pelayanan barang, jasa dan rekreasi.

Aktifitas pengunjung efektif berlangsung antara jam 10.00 - 21.00.

- Pola pergerakan :



Gambar 8.4.1. Analisis Pola pergerakan Pengunjung  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

### b. Pengelola

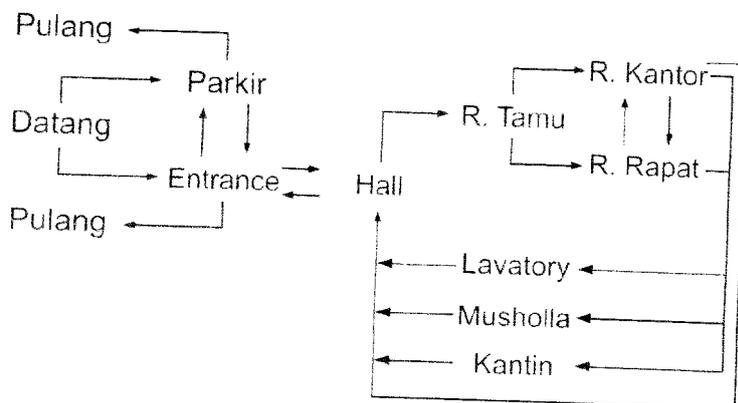
Pengelola adalah obyek yang memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas. Pengelola bertanggung jawab atas terjalannya seluruh luasan bangunan yang ditawarkan dan lancarnya semua kegiatan dalam shopping mall.

Pengelola dapat dispesifikkan sebagai berikut :

- **Building Manager**

Building manager adalah orang yang bertanggung jawab kepada seluruh pengguna bangunan dan memimpin pengelolaan bangunan secara menyeluruh. Jam kerja efektifnya berlangsung jam 08.00 - 16.00. Aktifitas yang dilakukannya adalah memberi kebijakan dan pengarahan kepada semua unit kegiatan pengelola shopping mall.

- Pola pergerakan :



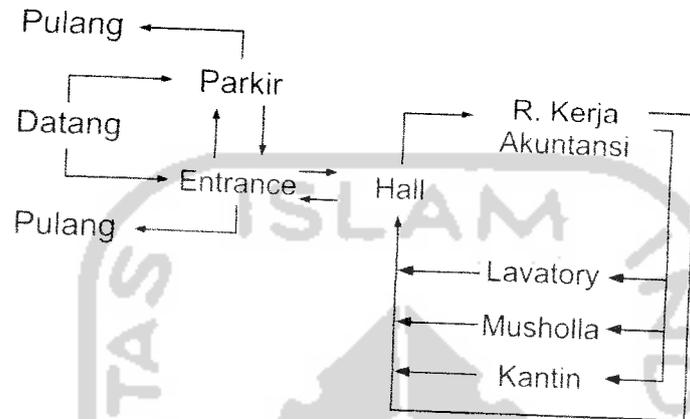
Gambar 8.4.2. Analisis Pola pergerakan Building Manager  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007



• **Divisi Akuntansi**

Divisi ini bertanggung jawab mengatur sistem keuangan perusahaan, termasuk terhadap pengembalian modal perusahaan. Divisi ini membawahi staff keuangan. Aktifitas kerjanya antara jam 08.00 - 16.00

- Pola pergerakan :

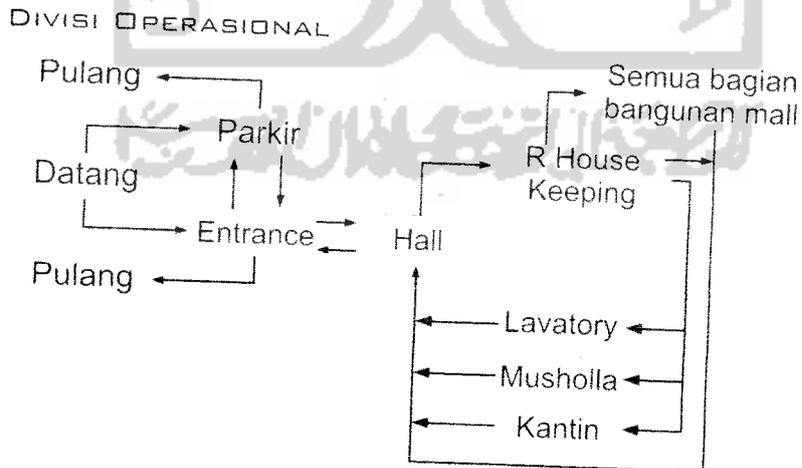


Gambar 8.4.3. Analisis Pola pergerakan Divisi Akuntansi  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

• **Divisi Operasional**

Divisi operasional adalah bagian pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan perawatan bangunan serta masalah perparkiran dan keamanan bangunan.

- Pola pergerakan :



Gambar 8.4.4. Analisis Pola pergerakan Divisi Operasional  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

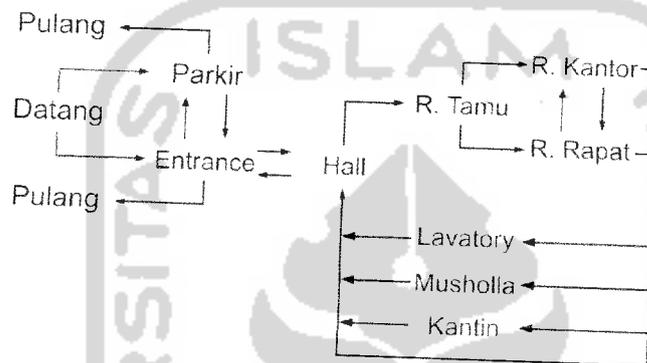


• **Divisi Marketing dan Promosi**

Divisi ini merupakan bagian pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap lakunya retail - retail yang disediakan dengan melakukan pendekatan terhadap calon penyewa secara langsung. Tanggung jawab utamanya adalah memasarkan mall tersebut sehingga masyarakat memiliki kecenderungan menjadikannya sebagai orientasi kunjungan.

Jam kerja divisi ini sangat fleksibel.

- Pola pergerakan :



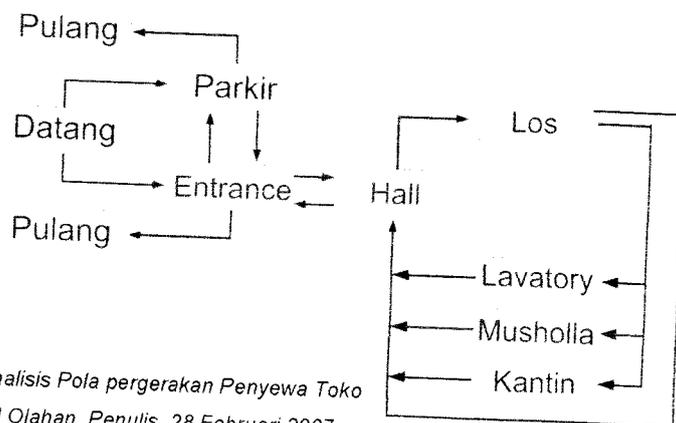
Gambar 8.4.5. Analisis Pola pergerakan Divisi Marketing dan Promosi  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

**c. Penyewa Toko**

Penyewa toko adalah individu atau kelompok yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan untuk usaha komersial. Kegiatan utamanya adalah mempersiapkan dan bertanggung jawab atas barang yang dijual. Jam kerjanya dapat dibagi menjadi 2 *shift* yaitu jam 09.00 - 16.00 dan 16.00 - 21.00.

Penyewa toko ini mempekerjakan penjaga toko, yang akan menjaga barang jualan dan melayani pengunjung yang datang ke tokonya. Jam kerjanya terbagi 2 *shift* yaitu jam 09.00 - 16.00 dan jam 16.00 - 21.00.

- Pola pergerakan :

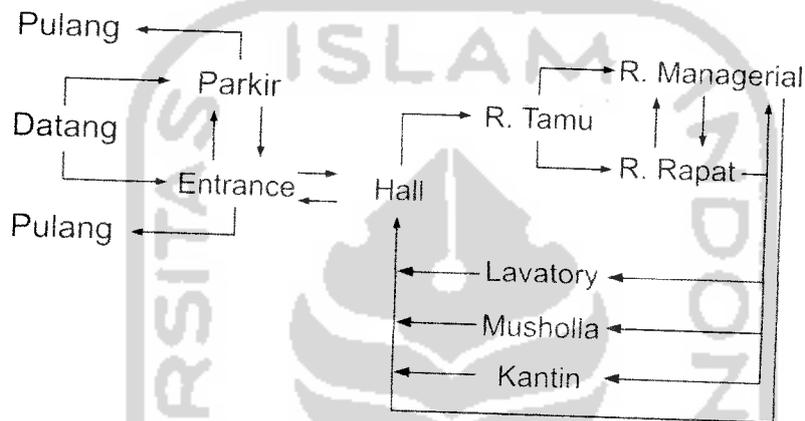


Gambar 8.4.6. Analisis Pola pergerakan Penyewa Toko  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

**d. Pemilik atau investor**

Investor adalah pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial dari pusat perbelanjaan, dimana dalam hal ini sasaran langsung mereka adalah para penyewa dan sasaran tidak langsungnya adalah pengunjung mall. Kegiatan pemilik cenderung bersifat temporer dan dilakukan hanya untuk melihat, mencermati kegiatan maupun keadaan bangunan shopping mall kemudian berkoordinasi dengan building manager.

- Pola pergerakan :

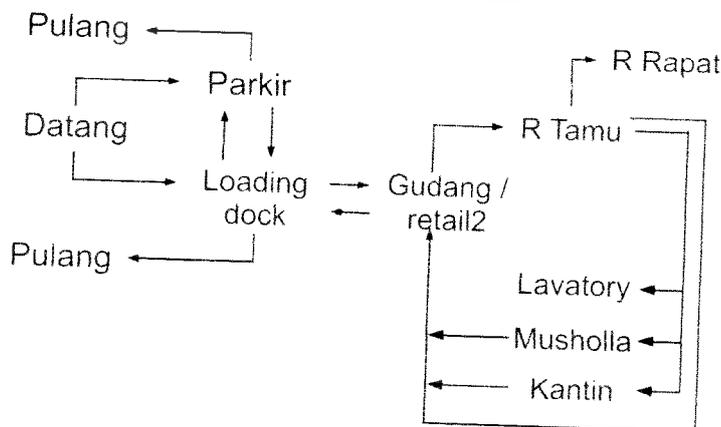


Gambar 8.4.7. Analisis Pola pergerakan Pemilik / investor  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

**e. Pemasok atau Suplier**

Pemasok adalah pengisi atau pengantar barang yang diperlukan pedagang. Kegiatan utamanya adalah bongkar muat barang dan jam kerjanya dilakukan di luar jam operasional shopping mall.

- Pola pergerakan :



Gambar 8.4.8. Analisis Pola pergerakan Pemasok / Suplier  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

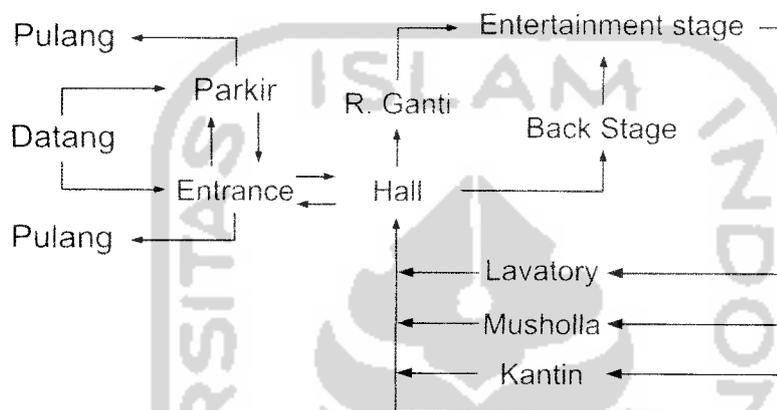
## f. Pelaku seni

Pelaku seni dapat dibagi 2 kategori, yaitu penampil seni dan kreator seni.

### • Penampil seni

Penampil seni adalah orang yang menampilkan pertunjukan kesenian, misalnya tari - tarian, musik, dan lain - lain. Waktu tampilnya diasumsikan minimal 1 kali seminggu.

- Pola pergerakan :



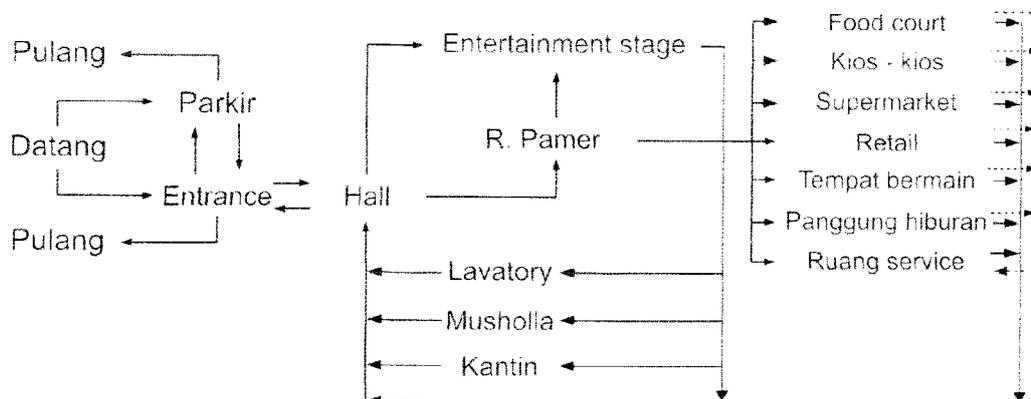
Gambar 8.4.9. Analisis Pola pergerakan Pelaku Seni

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

### • Kreator Seni

Kreator seni adalah orang yang menciptakan karya - karya seni, misalnya fotografer, pelukis, dll. Mereka cenderung menampilkan hasil karya mereka dalam sebuah pameran karya seni. Mereka datang saat berlangsung pameran kesenian, baik hanya tujuan menyaksikan pameran ataupun sekalian jalan - jalan di mall.

- Pola Kegiatan :



Gambar 8.4.10. Analisis Pola pergerakan Kreator Seni

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 28 Februari 2007

## 8.5 Analisis Kebutuhan Ruang

Konsep Pengelompokan Ruang:

a) Fasilitas Umum

1. Main entrance, hall utama, atrium, ruang pameran, entertainment stage.
2. Mall / koridor (Street mall) dan ruang informasi.

b) Fasilitas Utama

1. Unit - unit perbelanjaan, seperti department store, supermarket, retail, book store.
2. Unit - unit rekreasi dan hiburan, *game station*, *restaurant*, *cafe* dan *coffee shop*, *entertainment*.
3. Pelayanan jasa, seperti wartel dan warnet, biro pelayanan, studio foto, laundry cleaning, baby care, Money changer.

c) Fasilitas Penunjang

1. Unit Kegiatan Pengelolaan
2. Unit Kegiatan Operasional dan servis.
3. Unit Perpustakaan.

Kebutuhan ruang dapat disusun berdasarkan rincian pola pergerakan pengguna diatas, yaitu :

No	Kelompok Ruang	Kebutuhan Ruang
1	Ruang Umum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hall Utama</li> <li>• Hall Pendukung</li> <li>• Atrium</li> <li>• Ruang Pamer</li> <li>• Entertainment stage</li> </ul>
2	Ruang Utama (Belanja dan rekreasi)	Unit perbelanjaan : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko / retail</li> <li>• Supermarket</li> <li>• Departement store</li> <li>• Book centre</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruag Genzet</li> <li>• R. Gardu PLN</li> <li>• Ruang AHU</li> <li>• Ruang Tangki dan Pompa</li> <li>• Ruang transit barang.</li> </ul> <p>Unit perparkiran</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkir pengunjung             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Parkir Mobil</li> <li>▪ Parkir Motor</li> <li>▪ Parkir Kendaraan muatan / bongkar muat barang</li> </ul> </li> <li>• Parkir penyedia jasa transportasi             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taksi</li> <li>▪ Ojek</li> <li>▪ Angkutan kota</li> <li>▪ Becak</li> </ul> </li> </ul>
--	--	--

Tabel 8.4.1. Analisis Kebutuhan Ruang  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

### 8.6 Analisis Besaran Ruang

#### ANALISIS BESARAN RUANG

NO	KELOMPOK RUANG	KEBUTUHAN RUANG	LUAS	JUMLAH	TOTAL LUAS
1	Ruang Public	a. Hall	1000	1	1000
		b. Plaza	600	1	700
		c. R. Pamer Temporer	800	1	800
		d. Entertainment stage	650	1	650
		e. Atrium	200	3	600
	<b>Total</b>				<b>3750</b>



2	Ruang Utama					
	* Unit Perbelanjaan	a. Retail	Asumsi	178	1897,5	
		b. Retail gerobak	Asumsi	166	450	
		c. Supermarket	Asumsi	1	800	
		d. Department Store	Asumsi	1	2500	
		e. Book Store	Asumsi	1	100	
		* Unit Rekreasi dan hiburan	a. Food court	850	1	850
			b. Restoran	120	4	480
			c. Open restoran	130	1	130
			d. Caffe	120	2	240
			e. Coffe shop	128	2	256
			f. Game Centre	160	1	160
			g. Bioskop	Asumsi	1	2500
		* Unit Pelayanan Jasa	a. Wartel	4 box	1	20
			b. Warnet	80	1	80
			c. Biro Pelayanan	Asumsi	1	30
			d. ATM centre	Asumsi	1	40
			e. Money changer	Asumsi	1	20
		<b>Total</b>				<b>10553,5</b>
	3	Ruang Penunjang				
* Unit Pengelolaan		a. R. Manajer	30	1	30	
		b. R. Tamu	30	1	30	
		c. R. Administrasi	30	1	30	
		d. R. Marketing	35	1	35	
		e. R. Akuntansi	30	1	30	
		f. R. Rapat	50	1	50	
		g. R. Sekretaris	15	1	15	
		h. R. Staff	30	1	30	
		* Unit Operasional dan service	a. Lavatory	50	6	300
			b. Dapur	48	1	48
			c. Musholla	82	1	82
			d. Tempat wudhu	24	1	24
			e. R. Cleaning service	30	4	120
			(Asumsi)			
		f. Pos penjagaan	4	6	24	
		g. R. Stok barang	90	1	90	
		(EN)				
		h. Gudang	80	3	240	
		i. R. MEE	50	1	50	
		j. R. Genzet	50	1		
		k. R. Trafo	50	1		
		l. R. Gardu PLN	30	1		
		m. R. AHU	30	5	150	



	n. R. Tangki dan Pompa	50	1	50
	o. R. Dropping barang	30	6	180
	p. Tangga darurat	24	6	144
	q. Escalator	45	4	180
	<b>Total</b>			<b>1932</b>
<b>TOTAL KESELURUHAN LANTAI BANGUNAN</b>				
				16235,5
<b>KOEFISIEN DASAR BANGUNAN</b>				
				10823,66667
Parkir	Luas parkir keseluruhan	20% x KDB		2164,733333
	Parkir Mobil	50%		1082,366667
	Parkir Motor	30%		649,42
	Parkir Service	20%		432,9466667

Tabel 8.5.1. Analisis Besaran Ruang

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

Keterangan :

1. NB : Nadine Bedington, *Design for Shopping Centre*
2. JDC : Joseph De Chiara and John Callender, *Time Saver Standart for Building Types.*
3. EN : Ernest Neufert, *Architect's Data.*
4. DT : Dwi Tangoro, *Utilitas Bangunan*

## 8.7 Analisis Tata Ruang Dalam

### 8.7.1. Penetapan Keseimbangan Penyewa

Seluruh penyewa di pusat perbelanjaan harus bekerja sama untuk mewujudkan sinergi, yaitu gabungan hasil dari tiap - tiap penyewa, harus lebih besar daripada keseluruhan. Sinergi tersebut menciptakan citra keseluruhan yang kuat dan daya tarik bagi pusat perbelanjaan , serta menghasilkan tingkat rekognisi dan retensi yang lebih baik di antara para pembelanja. Dalam jangka panjang, sinergi akan membantu pusat perbelanjaan membangun karakter dan citra yang kuat.

Menurut Leasing Retail Space, 1990, bauran penyewa dipengaruhi fokus dan target pasar dari pusat perbelanjaan tersebut. Shopping mall yang akan dibangun direncanakan menempati 20.000m<sup>2</sup>. Menurut klasifikasi shopping mall berdasarkan jangkauan pelayanannya, ukuran ini dapat dikatakan pusat perbelanjaan distrik. Sentra belanja tersebut harus memenuhi kebutuhan sehari - hari dari penduduk setempat, oleh sebab itu muncul perkiraan bauran penyewa yang berorientasi makanan dan barang kebutuhan pribadi. Jumlah presentasinya diperkirakan 50% barang kebutuhan, 30% fashion, 15%cafe dan restoran, dan 5% pelayanan jasa.

### 8.7.2. Tata Letak Peruangan

Dalam sebuah *shopping mall*, keberadaan *anchor tenant* merupakan aspek terpenting yang harus diperhatikan. Peletakan yang tepat dapat menyebabkan perbedaan omset yang signifikan. Hal ini disebabkan karena aspek inilah yang menjadi magnet utama pengunjung untuk menjelajahi seluruh *shopping mall*. Jika diolah dengan baik, maka tercipta sirkulasi pengunjung yang baik pula dan menguntungkan bagi semua pengguna *shopping mall*. Disamping itu, pengisi *anchor tenant* merupakan investor yang memiliki modal besar. Tata letak yang dipilih adalah tata letak alur bebas, karena *cultural shopping mall* tersebut tidak berada dalam suatu bangunan masif. Namun alur bebas tersebut tetap terarah oleh peletakan *anchor tenant* sebagai penarik pengunjung.

Respon :

Terdapat 2 *anchor tenant*

1. Hero

2. Matahari departemen store

dan 1 magnet aktifitas berupa open stage yang akan diisi berbagai pentas kesenian dan pameran seni. Di sekeliling open stage tersebut terdapat beberapa kios pedagang lokal yang menjual barang kesenian dan makanan tradisional khas Palopo.

### 8.7.3. Penempatan Penyewa

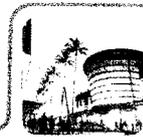
Para penyewa harus diletakkan di lokasi yang paling sesuai dengan jenis usaha, kebutuhan ruang, pelanggan sasaran, serta kemampuan mereka untuk membayar sewa.

- Penyewa Utama

Penyewa Utama diletakkan pada bagian paling ujung belakang site. Tujuannya agar menarik pengunjung melewati area yang ditempati para penyewa lainnya.

- Penyewa Berbasis Impulsi

Pembelian berbasis impulsif dilakukan tanpa rencana karena pembeli terstimulasi membeli produk atau jasa pada saat itu juga. Dengan



demikian penyewa berbasis impulsif diletakkan pada lokasi prima untuk menangkap perhatian pembeli dan menstimulasi minat mereka untuk membeli. Lokasi prima disewakan dengan harga premium dan luas area agak kecil agar terjangkau oleh para penyewa. Misalnya gerai baju, butik, dll.

- Penyewa Berbasis Tujuan

Penyewa berbasis tujuan merupakan motivator utama bagi para pembeli untuk mengunjungi pusat perbelanjaan. Karena ritel usaha itu pasti dicari pengunjung, maka mereka dapat ditempatkan di lokasi yang kurang menonjol. Misalnya salon, toko alat musik.

- Penyewa Berbasis Keamanan

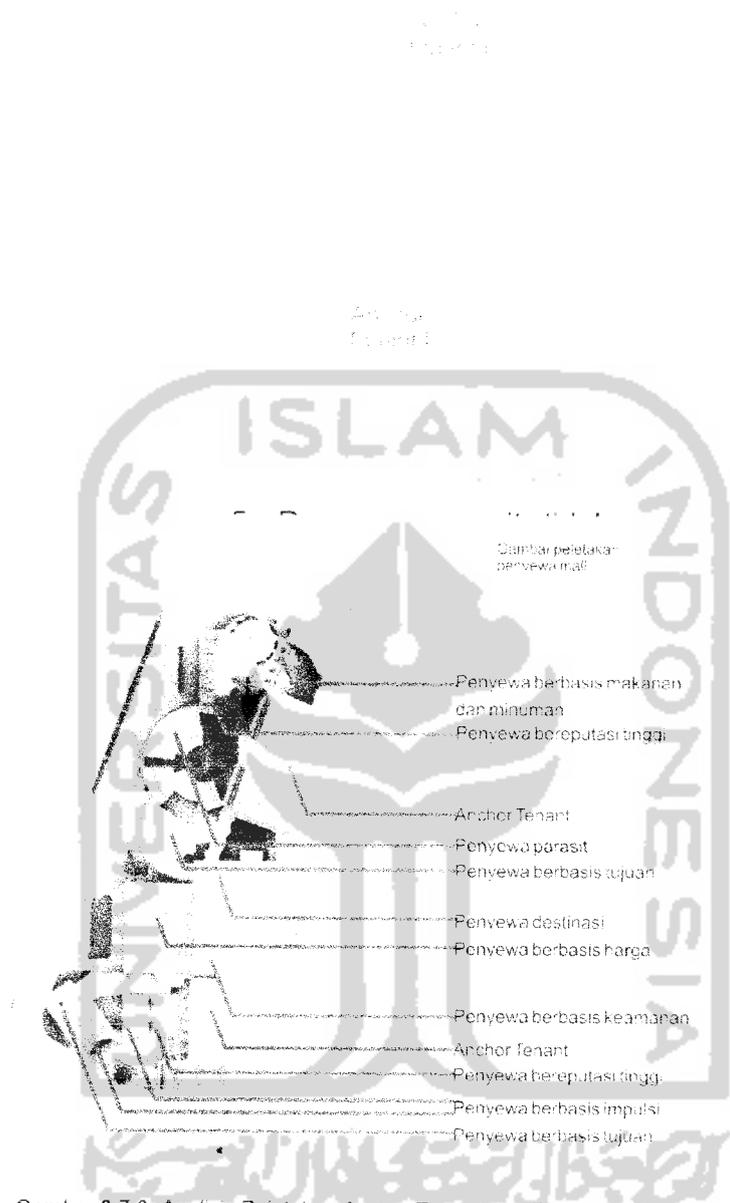
Penyewa berbasis keamanan adalah usaha ritel dengan produk mahal yang rentan terhadap penodongan, perampokan dan pencopetan. Dengan demikian para penyewa berbasis keamanan tidak dapat ditempatkan di area terbuka, area bagian belakang atau pojok ruang, dan dibagian depan pusat perbelanjaan. Misalnya toko perhiasan dan jam tangan mewah.

- Penyewa Destinasi

Penyewa destinasi adalah penyewa dengan merek produk yang kuat. Dengan demikian, mereka memiliki kelompok pelanggan setia yang akan mencari produk bermerek tersebut. Misalnya Guess, Gosh. Penyewa Destinasi diletakkan di antara penyewa utama untuk menarik pengunjung berjalan sepanjang jalur di pusat perbelanjaan.

- Penyewa Parasit

Penyewa parasit tidak memiliki kelompok pelanggan tertentu. Penyewa parasit harus menarik pengunjung yang ada di sekitar mereka. Penyewa ini harus ditempatkan di area yang memiliki konsentrasi pengunjung dalam jumlah besar, seperti atrium, dekat pusat jajan dan sekitar penyewa utama. Penyewa parasit tidak boleh menempati lokasi prima karena gerai mereka tidak menarik dan tidak memproyeksikan citra dinamis bagi pusat perbelanjaan. Misalnya cuci cetak foto, kios sepatu, toko aksesoris busana, dll.

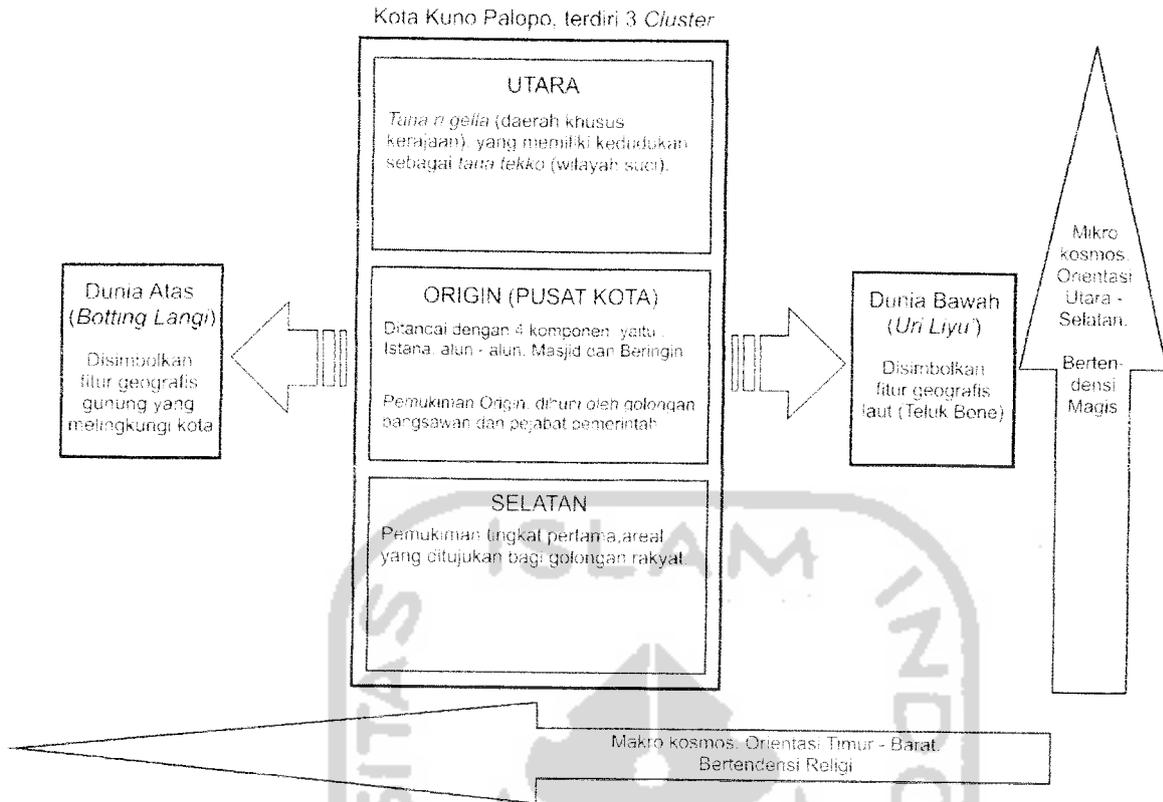


Gambar 8.7.3. Analisis Peletakan Anchor Tenant dan Penyewa Shopping Mall

Sumber : Hasil Olahan. Penulis, 2007

### 8.8 Analisis Eksplorasi Bentuk Dari Tata Ruang Kuno Kota Palopo

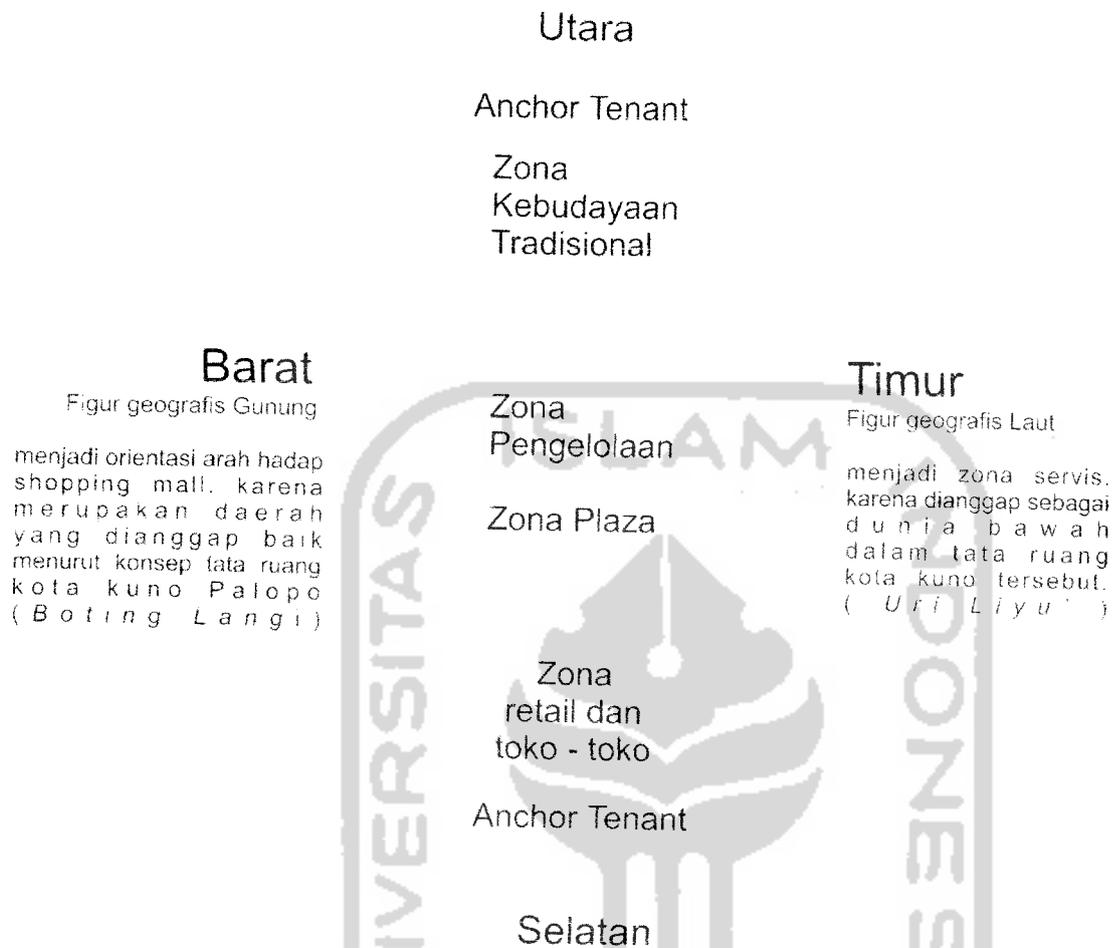
Kosmologi kota Palopo yang berorientasi Magis Utara - Selatan direalisasikan ke dalam tingkatan nilai kegiatan di dalamnya. Dalam tata ruang kuno Palopo dijelaskan bahwa Utara merupakan daerah suci tempat para leluhur. Bagian Pusat kota (Origin) merupakan pusat pengendali dimana ditandai oleh istana, alun - alun, masjid dan beringin. Sedang daerah Selatan merupakan area pemukiman golongan rakyat biasa.



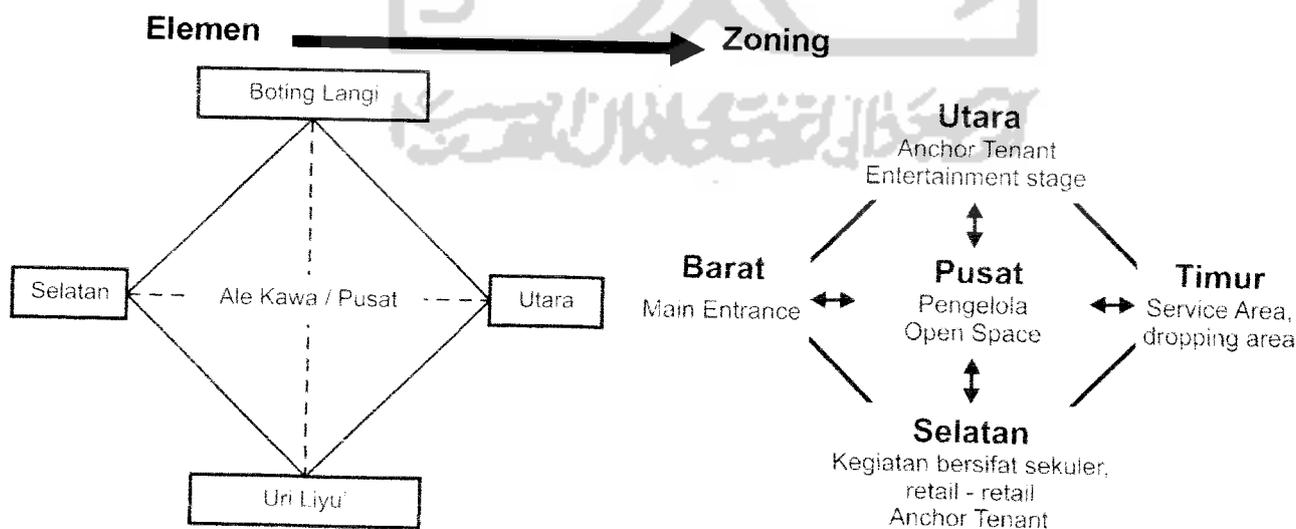
Gambar 8.8.1 Tata Ruang Kota Klasik Palopo  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007

Interpretasinya, kebudayaan tradisional atau kebudayaan asli dianggap sebagai hal yang terpenting di masa sekarang. Oleh sebab itu kegiatan yang berhubungan dengan kebudayaan tradisional, misalnya pentas kesenian, pedagang hasil kerajinan, dan pedagang makanan tradisional diletakkan di tengah dan berfungsi sebagai magnet. Bagian pusat adalah pusat pemerintahan, sehingga area pengelola diletakkan di bagian tengah, sedang pada bagian paling Selatan merupakan daerah bagi orang awam, yang dianalisis peletakan area ritel merupakan pemahaman kontemporer masyarakat tentang mall.

Analisis kosmologi kota Palopo dapat dilihat dalam skema sebagai berikut :



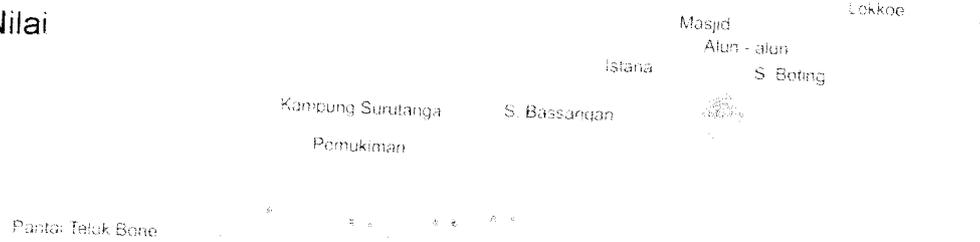
Gambar 8.8.2 Analisis Eksplorasi Nilai  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007



Gambar 8.8.3. Analisis Zoning  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007

Konsep perbedaan topografi dalam organisasi simbolik ruang kota dapat dituangkan dalam tingkat kepentingan aktifitas dalam shopping mall, sebagai berikut

Nilai

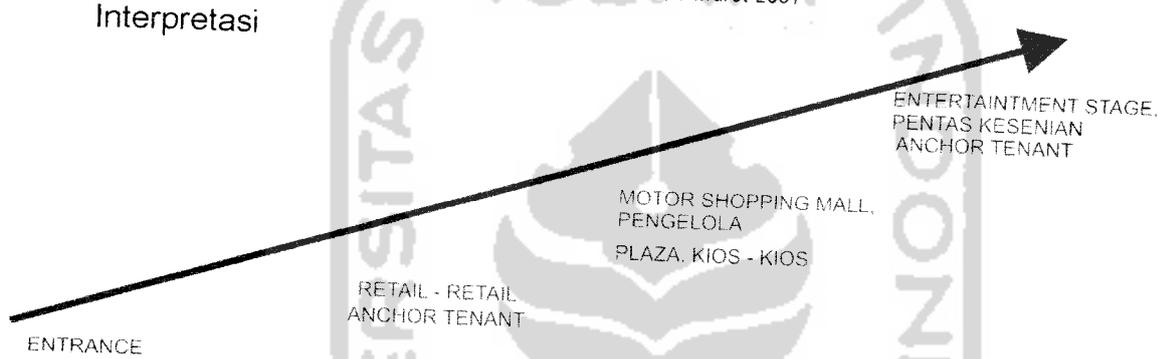


SELATAN ————— PUSAT —————> UTARA

Gambar 8.8.4 Potongan Kota Kuno Palopo Utara - Selatan

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007

Interpretasi



Gambar 8.8.5. Analisis Eksplorasi Bentuk

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 9 Maret 2007

### 8.9 Analisis Zoning

Dari berbagai analisis site dan konsep kosmologi kota kuno Palopo, diperoleh rencana Zoning sebagai berikut :

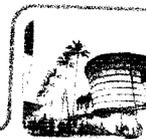
Dasar Pertimbangan :

- Hasil berbagai analisa yang telah dilakukan
- Kenyamanan sirkulasi pengunjung dalam site.
- Aksesibilitas terhadap site

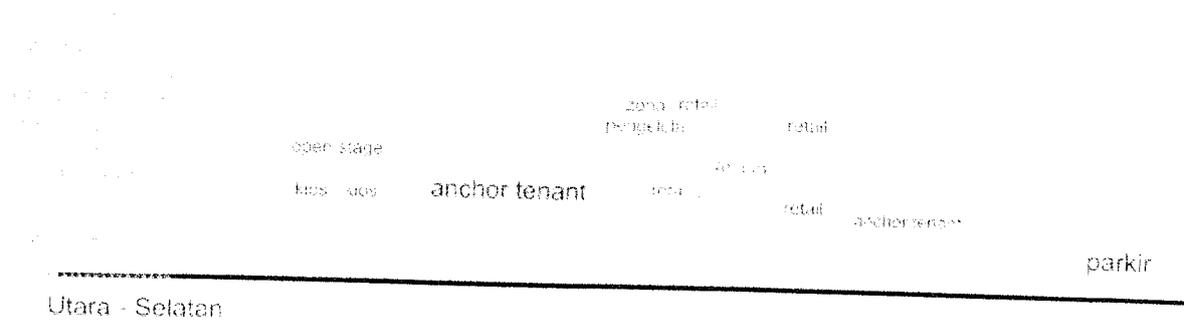
Respon terhadap site :

- Zone Parkir diletakkan di sebelah barat
- Main entrance berada di jalan Ratulangi dan Main Out berada di jalan S. Rongkong.
- Zona hiburan diletakkan di tengah sebagai magnet



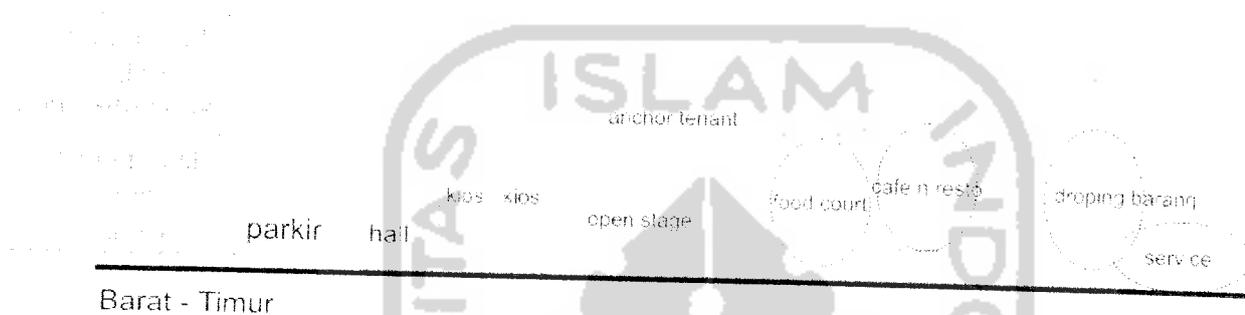


## Penzoningan Vertikal



Utara - Selatan

Gambar 8.9.2 Analisis Penzoningan Vertikal Potongan Utara - Selatan  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007



Barat - Timur

Gambar 8.9.3 Analisis Penzoningan Vertikal Potongan Barat - Timur  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

### 8.10 Analisis Landscape

Dasar pertimbangan

- Kondisi tapak merupakan daerah perdagangan dan jasa sehingga diperlukan dalam kontrol pemandangan (*visual control*).
- Pengolahan landscape untuk mendukung keadaan lingkungan awal sebagai peresapan air hujan (*erosian control*).
- Pengontrol iklim (*climate control*).
- Penghalang secara fisik yang diperlukan sebagai penghalang ruang servis dan parkir (*physical barriers*).
- Pengolahan tata ruang hijau sekitar bangunan maupun open space yang terdapat entertainment stage sebagai pendukung keindahan (*aesthetics values*).



Analisis :

Penyelesaian landscape harus dapat menunjang kondisi bangunan yang ingin ditampilkan, karena dengan tampilan estetis yang baik area tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri dan mendukung nilai kenyamanan di daerah perbelanjaan dan rekreasi. Selain itu landscape juga berfungsi sebagai daerah resapan air hujan dan buffer lingkungan.

Elemen landscape pada site :

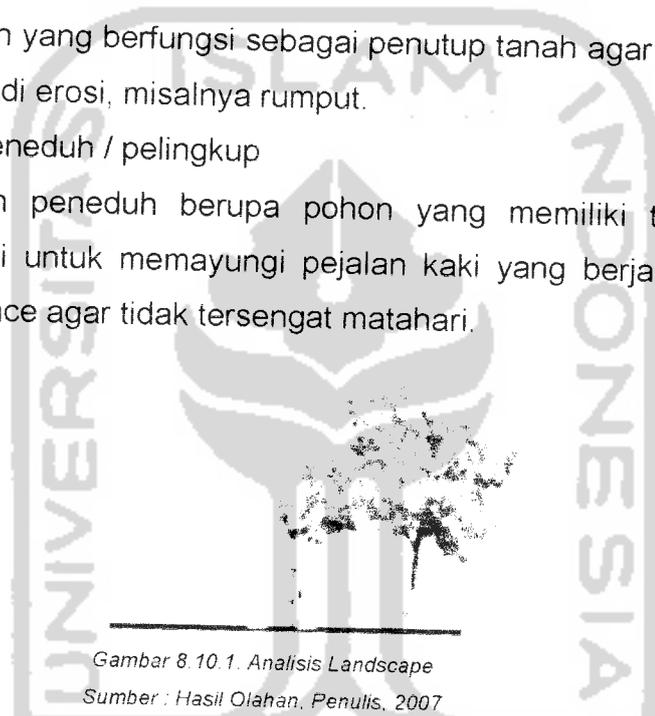
- Elemen lunak (*soft material*)

- Ground cover

Tanaman yang berfungsi sebagai penutup tanah agar tidak becek dan terjadi erosi, misalnya rumput.

- Unsur peneduh / pelingkup

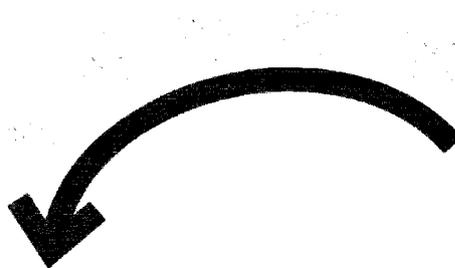
Tanaman peneduh berupa pohon yang memiliki tajuk lebar. Berfungsi untuk memayungi pejalan kaki yang berjalan di area open space agar tidak tersengat matahari.



Gambar 8.10.1. Analisis Landscape  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

- Unsur pengarah

Tanaman pengarah yang digunakan adalah tanaman yang memiliki karakter tidak terlalu tinggi (50cm - 1m) dan lebih indah jika dapat berbunga. Misalnya : perdu, soka, bougenvile, dll.



Gambar 8.10.2. Analisis Landscape  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007



- Unsur pembatas  
Tanaman yang digunakan biasanya tanaman yang memiliki karakter tinggi antara 1 - 2m, misalnya pangkas kuning.
- Unsur pengarah sirkulasi  
Tanaman sebagai pengarah sirkulasi memiliki karakter tidak bertajuk lebar, berdaun jarang, batang tinggi. Misalnya Palembang.
- Elemen keras (*hard material*)
  - Plaza dan ruang interaksi terbuka  
Sebagai ruang interaksi bersama dan dapat juga digunakan sebagai tempat pertunjukan/pameran terbuka (waktu-waktu tertentu).
  - Area kios -kios  
Menggunakan grass blok, agar permukaan tanah bersih dan rapi, tapi tetap mampu menjadi resapan.
  - Air mancur / fountain  
Air mancur merupakan elemen penambah nilai estetis landscape. Kehadirannya dapat menjadi point of interest dan menimbulkan kesan segar dan rekreatif.
  - Penggunaan elemen street furniture seperti lampu taman dan tempat sampah.

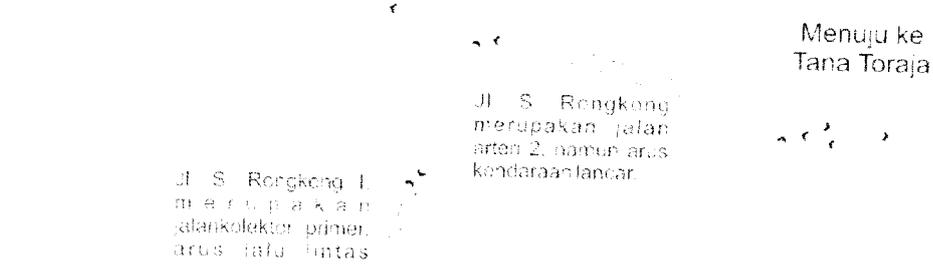
## IX. KONSEP

### 9.1 Konsep Site

Berdasarkan analisis, terdapat beberapa alternatif strategi pemecahan masalah untuk pengolahan site, yaitu dengan penataan site:

#### 9.1.1 Konsep Penataan Traffic

- Penyediaan halte bus bagi angkutan kota, pembuatan jalur lambat dan fasilitas trotoar untuk pejalan kaki.
- Pengalokasian penyedia jasa lainnya, seperti taksi dan becak.
- Perlebaran daerah perempatan yang dapat diberi penanda ditengahnya untuk memperlancar sirkulasi kendaraan.
- Perluasan jalan didepan site yang akan dijadikan entrance, agar kepadatan pengendara dapat dihindari.



Jl. S. Rongkong I merupakan jalankolektor primer arus lalu lintas

Jl. S. Rongkong merupakan jalan arteri 2, namun arus kendaraan lancar.

Jl. Inam Bonior merupakan jalan kolektor primer. Arus kendaraan cenderung lancar dan tidak pernah terjadi kemacetan.

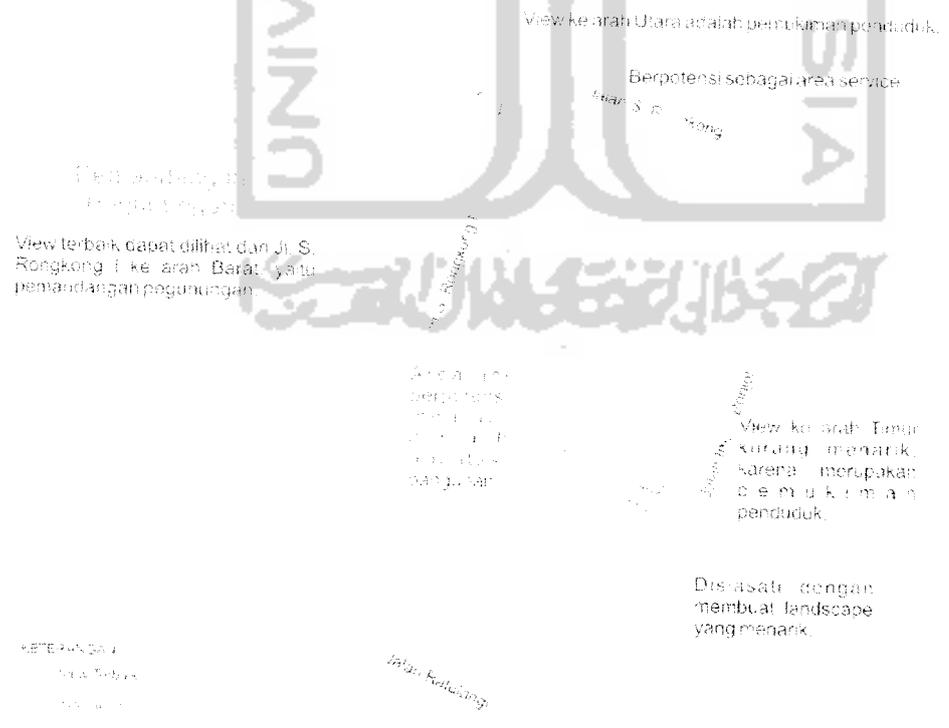


Jl. Ratulangi merupakan jalan Arteri II. Kemacetan sering terjadi di pertigaan Jl. Ratulangi - Jl. S. Rongkong. Jalan ini merupakan jalur lintasan angkutan kota.

Becak mangkal  
 Menuju ke Makassar

Gambar 9.1.1. Konsep Traffic  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

### 9.1.2 Konsep View Bangunan



View ke arah Barat yaitu pemandangan pegunungan

View ke arah Utara adalah permukiman penduduk

Berpotensi sebagai area service

View ke arah Timur karena merupakan permukiman penduduk

Disasati dengan membuat landscape yang menarik

KETERANGAN  
 - Jalur lalu lintas  
 - Jalur angkutan kota

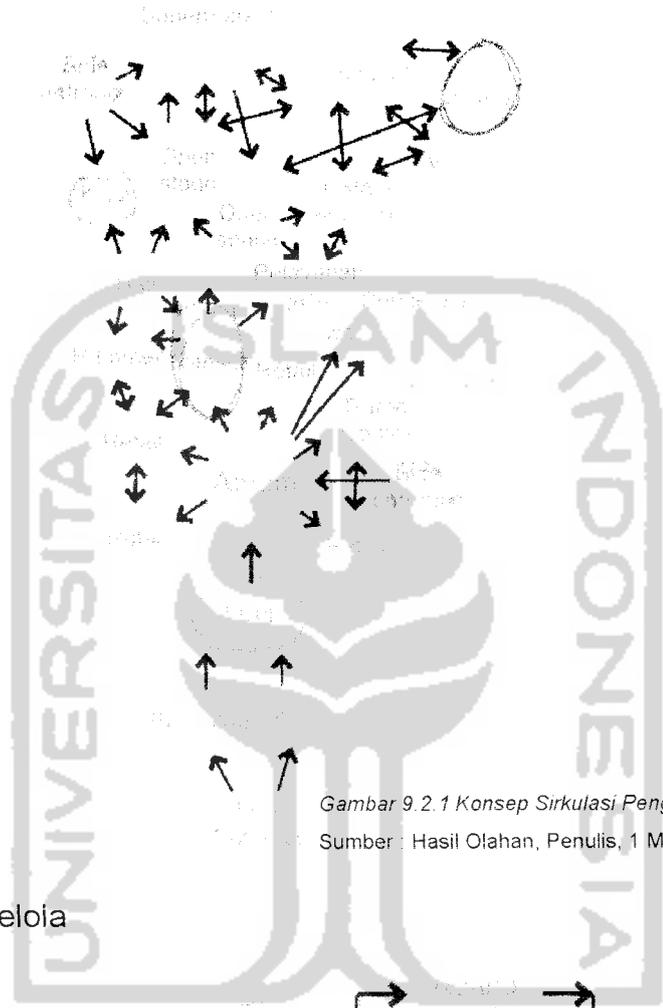
Jalan Ratulangi memiliki view yang cukup. Sebagai hierarki I, jalan ini paling banyak dilalui publik dengan kendaraan ataupun berjalan kaki.

Area sekitar jalan ini berpotensi sebagai entrance dan dapat dimaksimalkan untuk mengekspose penampilan bangunan.

Gambar 9.1.2. Konsep View  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

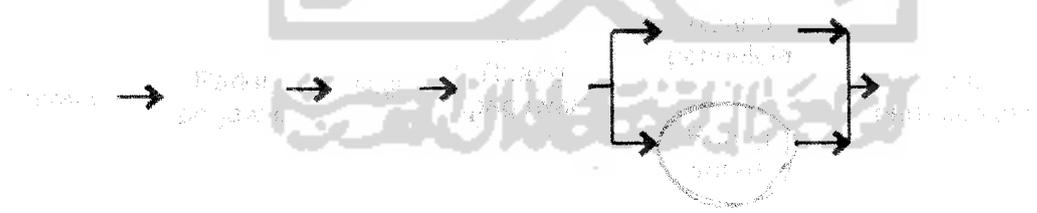
### 9.2.1 Konsep Sirkulasi Dalam Bangunan

#### Sirkulasi Pengunjung



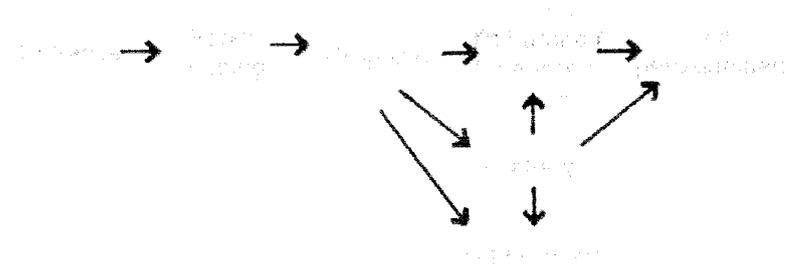
Gambar 9.2.1 Konsep Sirkulasi Pengunjung  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 1 Maret 2007

#### Sirkulasi Pengelola

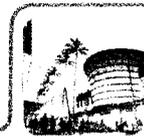


Gambar 9.2.2 Konsep Sirkulasi Pengelola  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 1 Maret 2007

#### Sirkulasi Barang

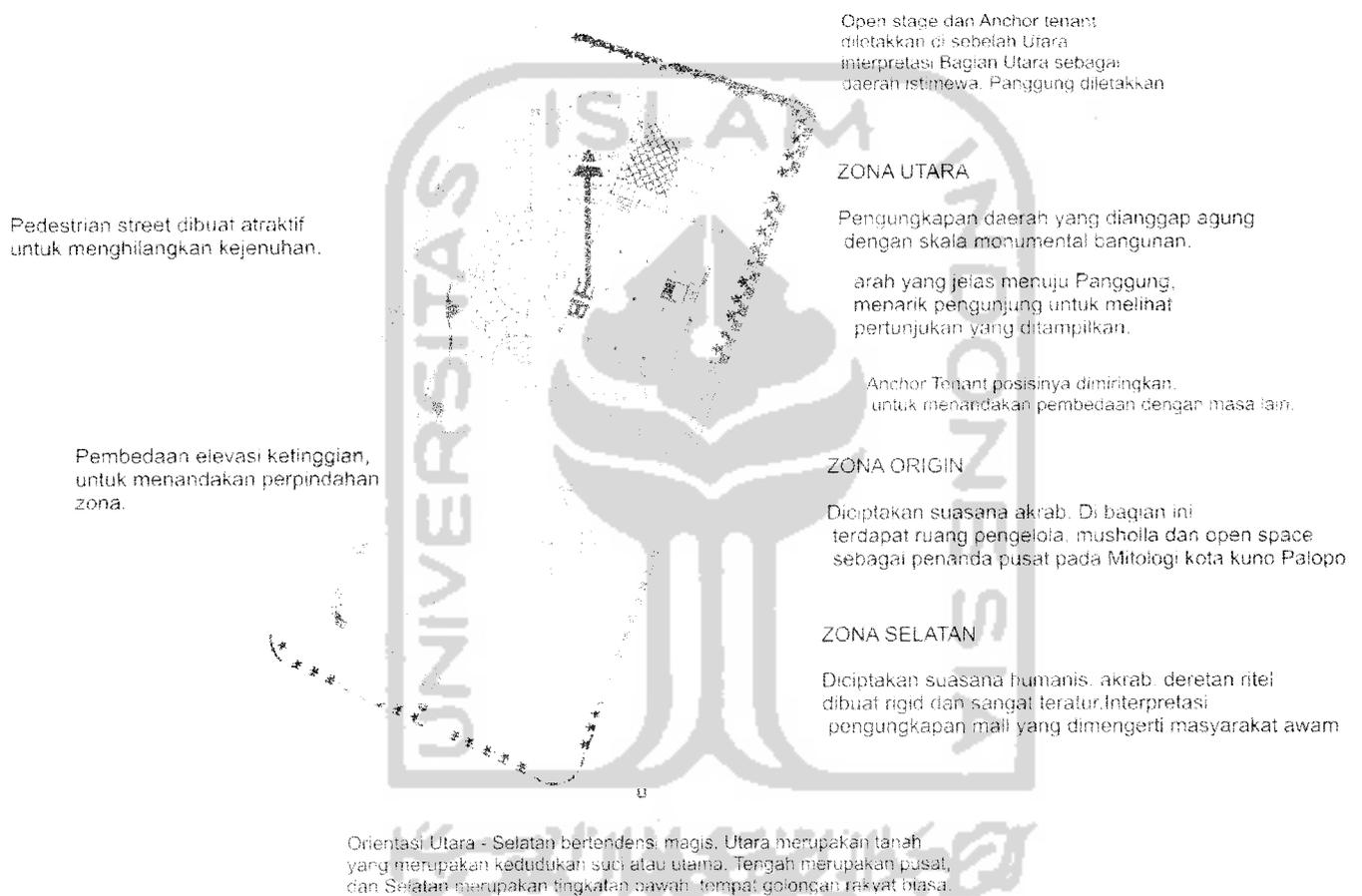


Gambar 9.2.3 Konsep Sirkulasi Barang  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 17 Maret 2007



### 9.2.2 Organisasi Ruang

Organisasi ruang terbentuk dari sistem cluster tata ruang kuno Palopo. Zona Utara adalah zona yang memiliki nilai penting, sehingga dalam area ini diletakkan panggung dan anchor tenant. Zona tengah adalah zona pengendali, sehingga disini diletakkan kantor pengelola. Zona paling bawah adalah zona yang memiliki makna umum atau awam, sehingga disini diletakkan retail - retail.

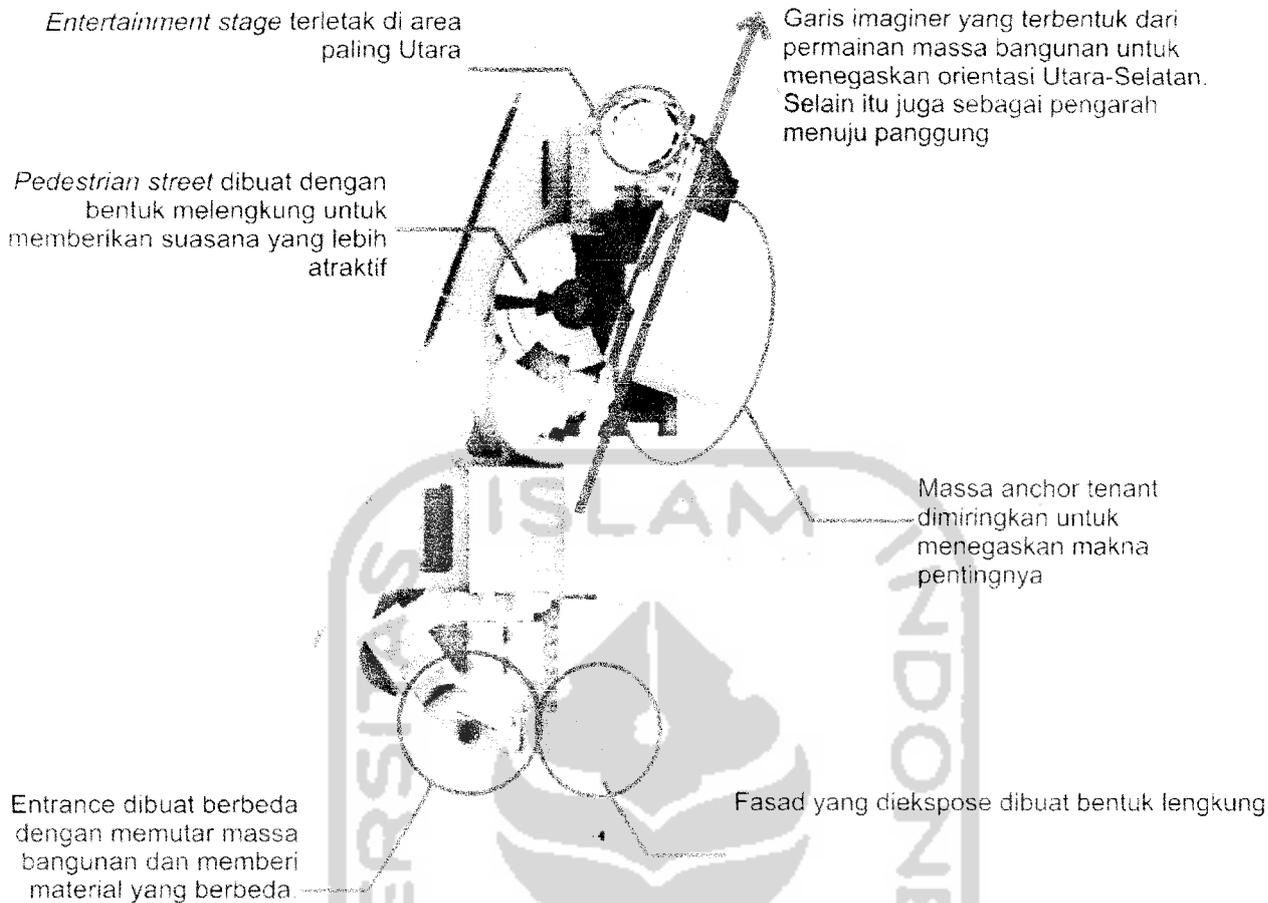


Gambar 9.2.4 Konsep Organisasi Ruang

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 17 Maret 2007

### 9.2.3 Gubahan Massa Bangunan

Sistem tata ruang kota kuno Palopo secara spesifik tidak memegang kendali pembentukan massa bangunan. Setelah mengeksplorasi nilai kosmologi kota Palopo untuk penzoningan site, gubahan massa dapat diarahkan untuk memperjelas unsur kosmologi tersebut.



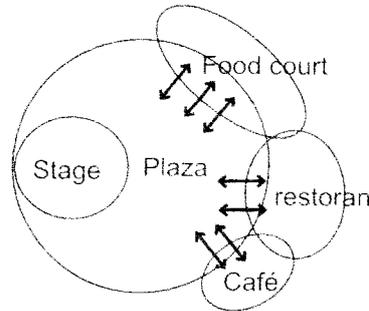
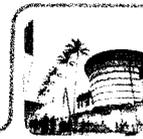
Gambar 9.2.5 Konsep Gubahan Massa  
 Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 18 Maret 2007

## 9.2.4 Konsep Persyaratan Ruang

### 1. Konsep Pencahayaan

MACAM PENCAHAYAAN	SUMBER	KEBUTUHAN RUANG
Pencahayaan Alami	Sinar matahari (daylight) melalui jendela, ventilasi, dan atrium (skylight)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaza / open space</li> <li>- Food court</li> <li>- Restorant</li> <li>- Cafe</li> <li>- Entertainment stage</li> </ul>
Pencahayaan Buatan	Berbagai jenis lampu (ceiling, wall, spotlight dll) dengan kekuatan penerangan yang berbeda untuk setiap ruang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ritel</li> <li>- Pengelola</li> <li>- Servis</li> <li>- Tangga darurat</li> <li>- informasi</li> </ul>

Tabel 9.1. Konsep jenis pencahayaan  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007



Gambar 9.2.6 Konsep Pencahayaan Alami  
Sumber : Hasil Olahan. Penulis, 2007

## 2. Konsep Penghawaan

Digunakan 2 sistem penghawaan, yaitu :

- Penghawaan alami
- Penghawaan buatan ( AC )

JENIS PENGHAWAAN	KEBUTUHAN RUANG
Penghawaan alami	Ruang-ruang kegiatan luar bangunan (out door) : open space, plaza
Penghawaan buatan	Ruang-ruang kegiatan dalam bangunan (indoor)

Tabel 9. 2 Konsep jenis penghawaan berdasarkan kebutuhan ruang  
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2007

## 3. Konsep Sistem Akustik

Untuk mencegah kebisingan baik dari luar maupun dari dalam bangunan yaitu :

- Pemberian barrier baik di pinggir jalan sekitar site maupun di sepanjang jalan sirkulasi di dalam site.

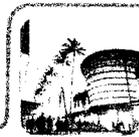


gundukan tanah sebagai pengurang kebisingan

Gambar 9.2.7 Konsep Sistem Akustik

Sumber : Hasil Olahan. Penulis, 18 Maret 2007

- Perletakan ruang privat seperti ruang pengelola agak jauh dari keramaian mall
- Penggunaan bahan isolasi akustik ruangan pada ruang-ruang pengelola, dan ruang yang membutuhkan kondisi kedap suara.



## 9.3 Konsep Tata Ruang Luar Bangunan

### 9.3.1 Konsep Open Space

Ada beberapa ruang yang terbentuk di area open space, yaitu :

- Open Stage

Tempat untuk mengadakan pertunjukan kesenian daerah ataupun jenis hiburan lainnya seperti musik ataupun karaoke.



Gambar 9.3.1. Analisis Open Space  
Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007

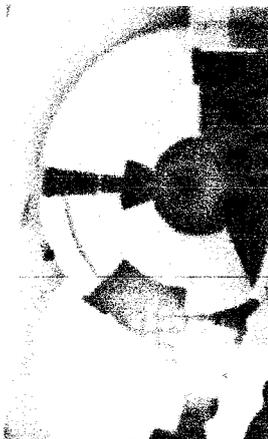
- Plaza

Ruang yang berada diantara open stage dan massa bangunan. Fungsinya adalah mawadahi sirkulasi pengunjung yang hendak berbelanja ataupun menikmati hiburan yang disajikan di open stage.

- Pedestrian Street

Berisi pedagang lokal yang mayoritas jenis barang dagangannya adalah hasil kerajinan masyarakat setempat dan makanan tradisional.

Sistem sirkulasi yang digunakan adalah linier.



Gambar 9.3.2. Analisis Kios Pedagang Lokal

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 2007



- Taman  
Berupa lahan hijau yang sengaja ditanami untuk membuat suasana hijau dalam site.

### 9.3.2 Konsep Parkir (sirkulasi)

Konsep Sirkulasi menggunakan sistem sirkulasi samping. Pemilihan ini didasarkan pada kenyamanan dropping penumpang dan pencapaian kantong parkir di sebelah Barat Site.



Gambar 9.3.3 Konsep Sirkulasi Parkir

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 18 Maret 2007

### 9.3.3 Konsep Landscape

- Pengarah Main Entrance  
Pada main entrance digunakan tanaman palem untuk mengarahkan pengunjung masuk ke site.

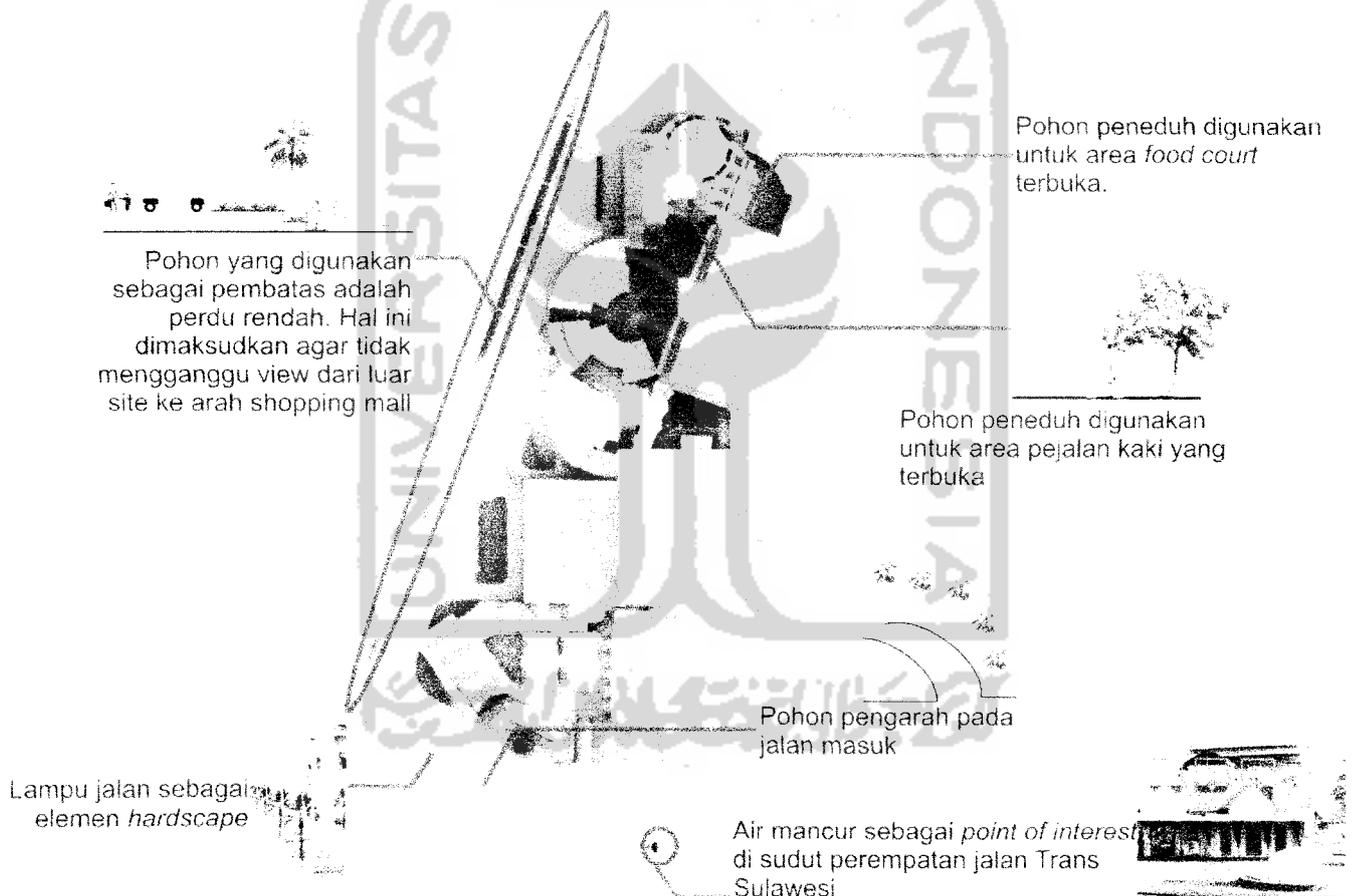


- Pembatas Lingkungan

Pembatas site diperlukan untuk meningkatkan faktor keamanan bangunan. Elemen pembatas dapat berupa soft material ataupun hard material. Persyaratannya adalah tinggi pembatas tersebut tidak menghalangi pandangan. Hal ini disebabkan agar pandangan orang yang lewat tidak terganggu menuju bangunan.

- Peneduh area Open Space

Vegetasi yang digunakan pada area Open space adalah pohon peneduh, dengan tajuk lebar dan lebat. Hal ini dimaksudkan agar pengunjung yang berjalan - jalan di area tersebut tidak kepanasan.



Gambar 9.3.4. Konsep Landscape

Sumber : Hasil Olahan, Penulis, 18 Maret 2007



---

## DAFTAR PUSTAKA

- Andyono, Yuli S. 2006. Indonesia Shopping Centers #1, Design, concept and lifestyle, Pt. Griya Asri Prima.
- Badan Pusat Statistika Palopo. 2005
- Cyril, Haris M . A Dictionary or Architecture and Construction
- Rinorthen, Shoping Centres a Developer Guide to Planning a Design, Colledge of Estate
- [www.en.wikipedia.org/wiki/culture.htm](http://www.en.wikipedia.org/wiki/culture.htm), dibrowsing pada 1 Maret 2007
- Koentjaraningrat, Pengantar Antropologi
- Rinorthen. Shoping Centres a Developer Guide to Planning a Design, Colledge of Estate
- Judd, Dennis R. 1995. "The Rise of the New Walled Cities" in Liggett, Helen and Perr, David C. (eds.), Spatial Practices, Sage, Thousand Oaks, pp. 144-168
- Hartwick, M. Jeffrey. 2004. Mall Maker: Victor Gruen, Architect of an American Dream. University of Pennsylvania Press
- National Economic Development Office, 1971
- Fries, Northen and Haskoll, M., 1977
- Hoyt, Charles K., 1983, More Places For People, Mc. Graw HillBook Company-New York
- Panero, Julius; Martin, Zelnik. Dimensi Manusia dan ruang interior Architectural record. 2007
- Pelras, Christian.2006. Manusia Bugis
- Robert vn Heine Geldern, "Konsepsi tentang Negara dan Kedudukan Raja di Asia Tenggara (terj), 1982
- Peta Rencana Tata Guna Lahan Kota Palopo Tahun 2006 – 2012
- RTRW 2006 - 20015
- Ashihara, Yoshinabu. 1983. Exterior Design in Architecture, terjemahan sugeng gunadi, Merancang Ruang Luar, PT. Dian Surya, Surabaya.
- Bedington, Nadine. 1982 Design for Shopping Centre.



Joseph De Chiara and John Callender, Time Saver Standart for Building Types.

Ernest Neufert, Architect's Data.

Dwi Tangoro, Utilitas Bangunan

Mattata, Sanusi Dg. 1978 Luwu Dalam Revolusi. Ujung Pandang: Bakti Baru.

Menggambarkan berbagai potensi dan dimensi kerajaan Luwu secara umum dari awal mula berdirinya sampai era proklamasi.

Irfan, Mahmud. 2003. Kota Kuno Palopo, Dimensi fisik, sosial dan kosmologi.

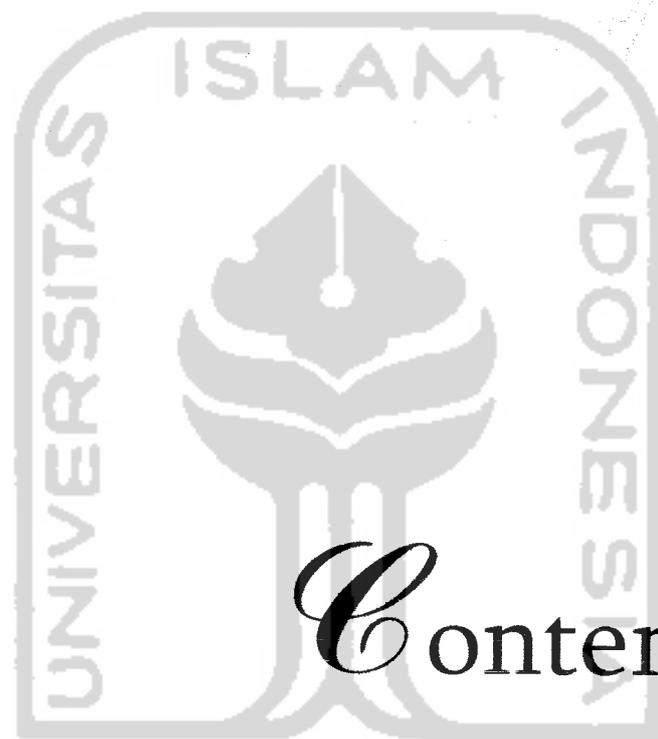


# CULTURAL SHOPPING MALL di PALOPO

*Eksplorasi Tata Kota Kuno Palopo Abad ke XVII  
dalam Rancangan Arsitektural*

ENDAH CINTIA S. PUSPITASARI  
2022





# Contents

Abstraksi

Pendahuluan

Data, Teori dan Referensi

Analisa dan Konsep

Hasil Rancangan





# Teori dan Referensi

## Pengertian Shopping Mall

Menurut Rinorthen, mall sebenarnya adalah sebuah jalur pertokoan bagi pejalan kaki. Dalam perkembangannya mall yang semakin banyak kita jumpai berupa *big box*. Padahal tipe ini sebenarnya merupakan adopsi dari tipe bangunan *shopping centre ala Amerika* yang kurang tepat jika disebut mall.

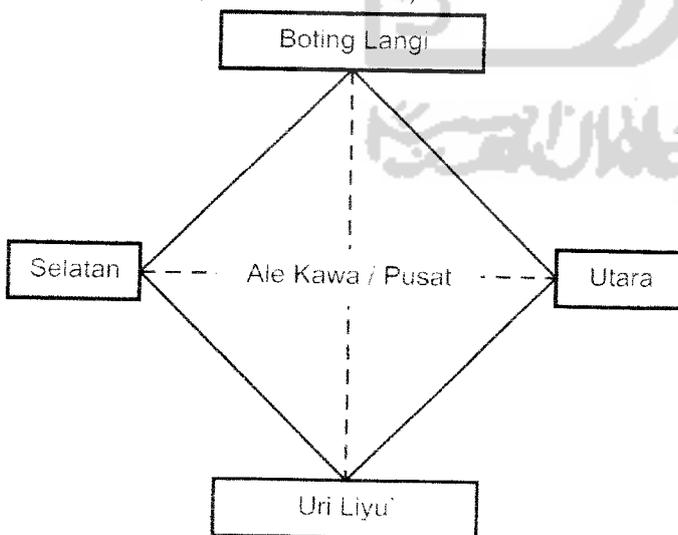
Oleh sebab itu, desain Cultural Shopping mall ini berusaha mengangkat mall sebagai esensi awalnya, yaitu sebuah tempat berbelanja yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang terpadu dan dihubungkan oleh jalur sirkulasi yang nyaman, dimana

pengunjung masih dapat menikmati suasana berjalan di bawah bayangan pepohonan dan pedagang yang melakukan transaksi sesuai budaya lokal.

## Kosmologi Kota Palopo

Kosmologi kota kuno Palopo merupakan salah satu perwujudan konsep kebudayaan masyarakat Bugis - Luwu yang dapat dilihat dari dimensi fisik, sosial dan ideologi ruang kotanya. Tatanan ini berkaitan dengan tujuan hidup masyarakat, yaitu harmoni.

Dalam tatanannya, kota kuno Palopo mengandung nilai Kosmologi yang memiliki karakter magis-religi. Konsep ini didominasi kepercayaan keagamaan yang senantiasa menjaga keseimbangan kehidupan dunia (mikrokosmos) dan integrasi yang harmoni dengan totalitas semesta (makrokosmos)

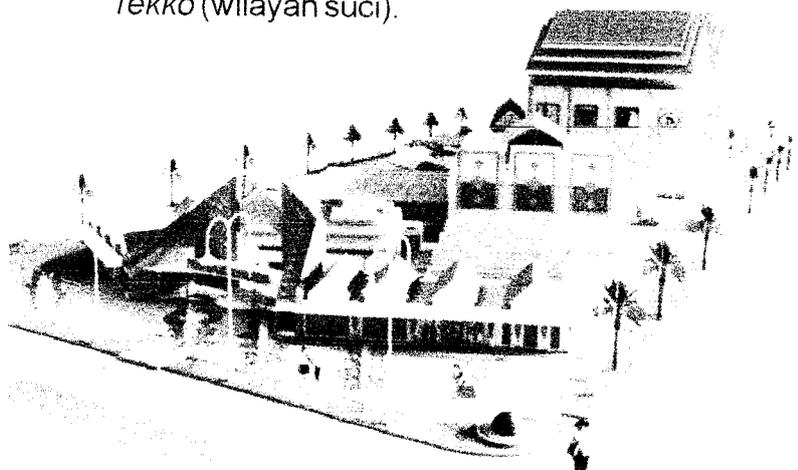


Kosmologi terdiri dari 2 bagian :

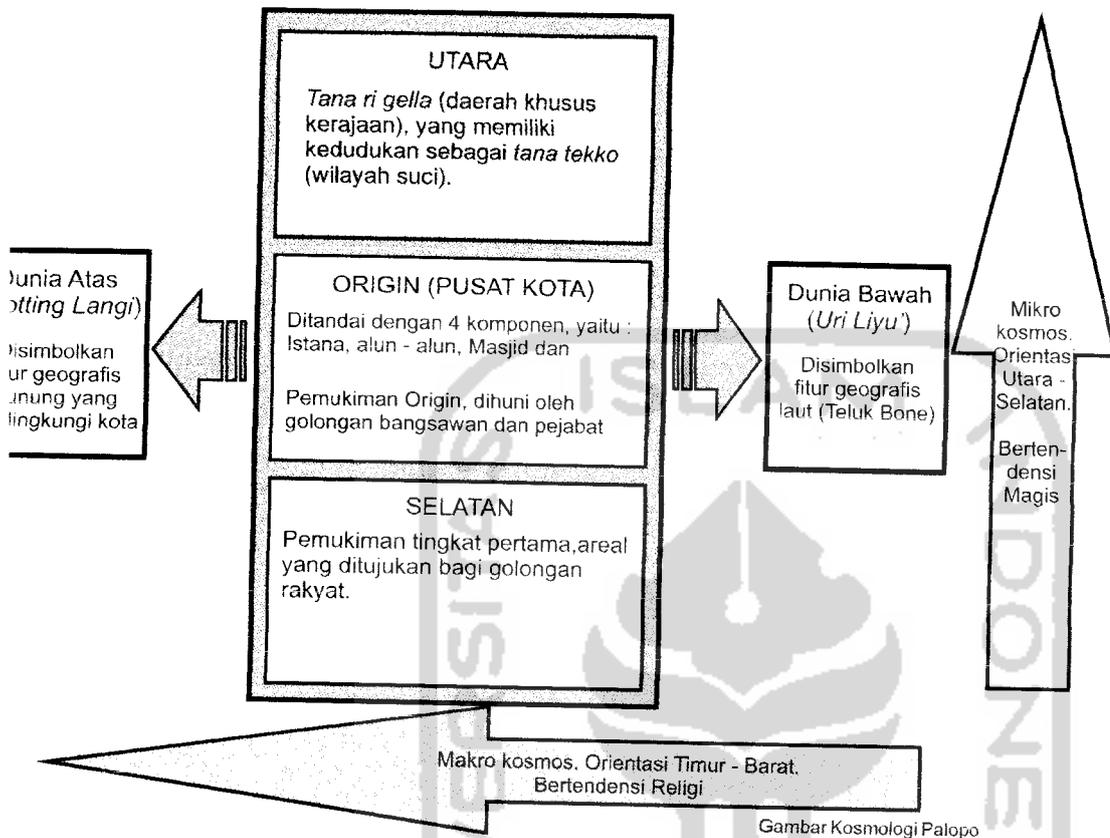
1. Utara - Selatan bertendensi magis.
2. Barat - Timur bertendensi religi.

Dimensi fisik kota kuno Palopo abad XVII terdiri atas 3 tingkatan cluster

1. Cluster Utara dipandang sebagai *Tana Ri Gella* yang berkedudukan sebagai *Tana Tekko* (wilayah suci).



2. Cluster Pusat (Origin) merupakan pusat kota dan berperan sebagai sumber spirit di Utara dengan rakyat yang beraktivitas di Selatan



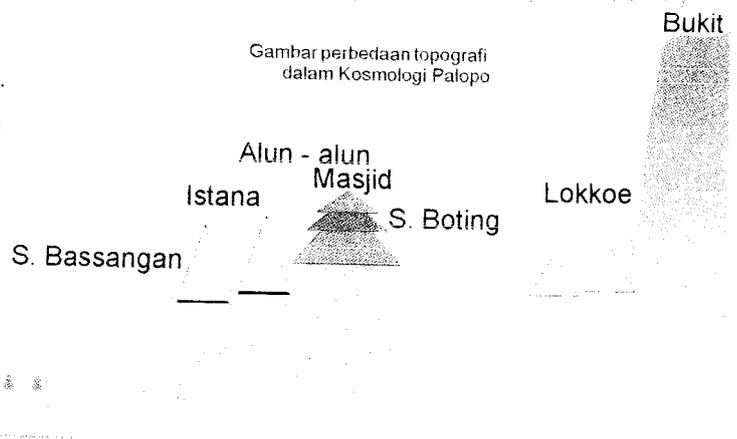
Cluster pusat ini memiliki 4 elemen pokok, yaitu :

1. Istana sebagai simbol legitimasi kekuasaan raja - raja
2. Alun - alun, sebagai refleksi yang memperkuat kekuasaan raja dan kerajaan terhadap kehidupan sosial
3. Masjid, merupakan simbol ruh Islam dalam tatanan masyarakat Palopo
4. Pohon Beringin, merefleksikan simbol Hukum Islam, yaitu Al Qur'an dan Al'Hadist, namun hal ini tidak dibahas mendalam tentang pencapaian maknanya.

3. Cluster paling Selatan adalah cluster perkampungan Surutanga (pemukiman penduduk)

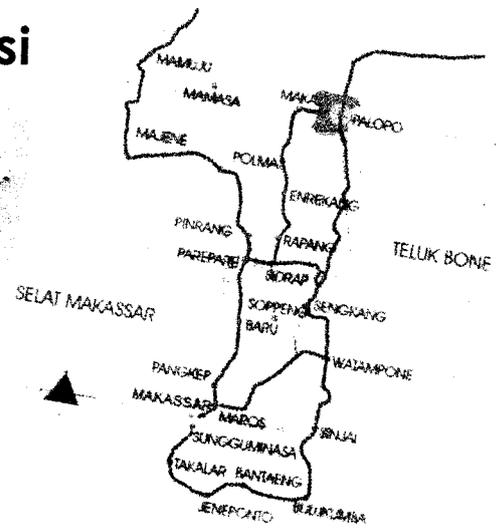
Topografi kota menunjukkan kedudukannya. Semakin tinggi tingkatannya, maka semakin penting juga nilai yang terkandung di dalamnya.

Gambar perbedaan topografi dalam Kosmologi Palopo



Pantai Teluk Bone

## Lokasi



## SITE

Pemilihan site berdasar pada beberapa kriteria, yaitu:

- Berada di pusat kota
- Aksesibilitas cukup mudah
- Terletak dalam sebuah garis imajiner dengan lokasi - lokasi kebudayaan Kota Palopo
- Dekat dengan sarana penunjang
- Memiliki view ke arah gunung

Beberapa kelebihan yang dimiliki site ini adalah :

### ✓ Kemudahan Pencapaian

Site terletak di Kelurahan Salobulo, Kecamatan Wara Utara, tepatnya di tepi Jalan Ratulangi yang merupakan jalan Trans Sulawesi, menuju ke Tana Toraja, Makassar, Belopa dan Masamba.

Area ini berbatasan dengan :

1. Sebelah Utara : Jl. Sungai Rongkong, daerah pemukiman, toko - toko.
2. Sebelah Barat : Jl. Sungai Rongkong I, pemukiman, lahan kosong
3. Sebelah Selatan : Jl. Dr. Ratulangi, Lahan Kosong, pemukiman, pertokoan.
4. Sebelah Timur : Jl. Imam Bonjol, pemukiman

Peta Udara Kota Palopo

Peta Lokasi Site Shopping Mall

KELURAHAN SALOBULO  
KECAMATAN WARU UTARA

Ke  
Tana Toraja

Lokasi site

Jln. Dr. Ratulangi  
Jln. S. Rongkong  
Jln. Imam Bonjol  
Jln. M. Kasim

Ke  
Makassar



✓ **Kecocokan Fungsi Lahan**

Site berada dalam Bagian Wilayah Kota (BWK) B yang difungsikan sebagai pusat perdagangan, dengan nilai BCR 40 - 60%

✓ **Ketersediaan Lahan**

Lahan seluas ±1,9 Ha ini merupakan tanah kosong.

Foto Lokasi Site Shopping Mall

✓ **Kecocokan dengan Kosmologi Kota kuno Palopo**

Site tersebut berada di area Utara, yang menurut kosmologi kota kuno Palopo termasuk dalam Cluster Utara yang bermakna sebagai tana tekko (tanah suci). Hal ini dimaksudkan bahwa keberadaan shopping mall tersebut diharapkan menjadi satu elemen penting dalam perkembangan kota Palopo.

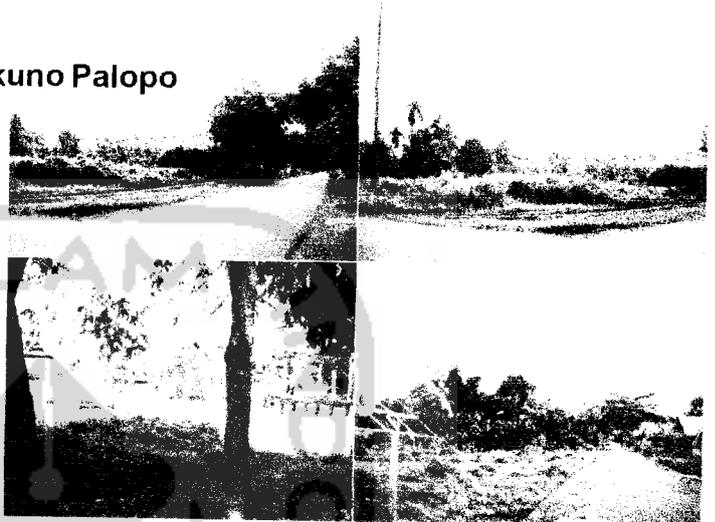
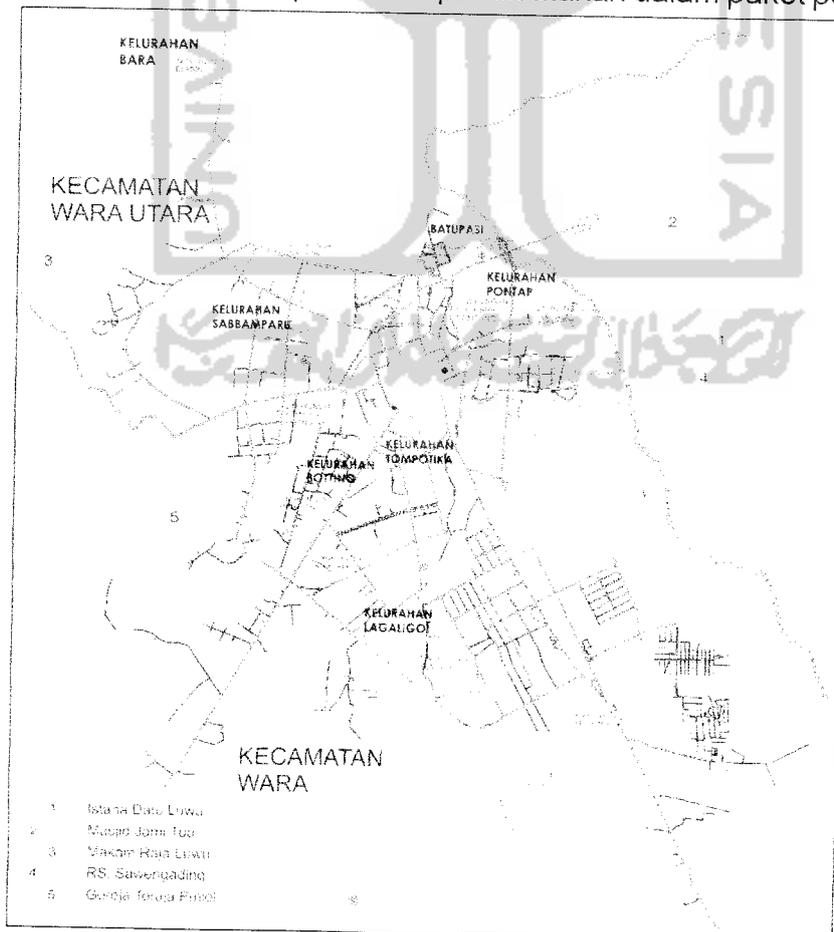


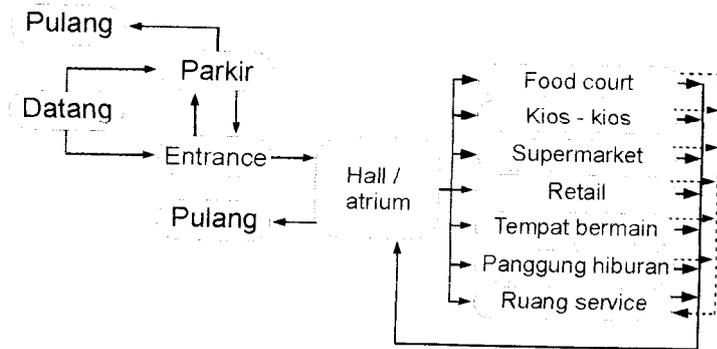
Foto Lokasi Site Shopping Mall

Selain itu lokasi ini terletak dekat dengan obyek - obyek bangunan bersejarah di kota tersebut, sehingga mudah dicapai dan dapat disatukan dalam paket perjalanan wisata kota Palopo.

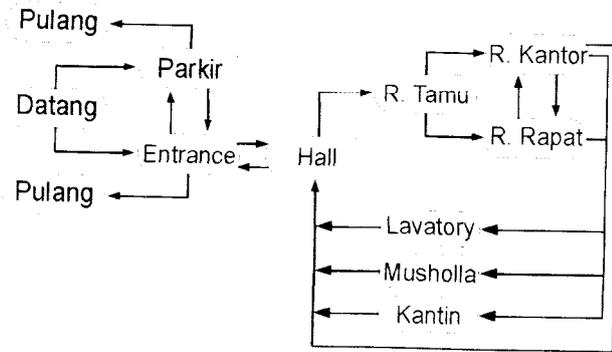


# Pola Pergerakan Pengguna

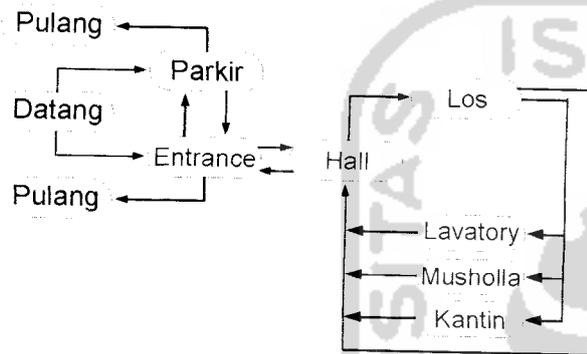
PENGUNJUNG SHOPPING MALL



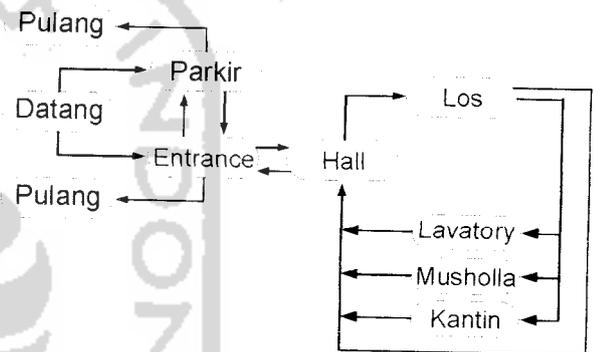
STAFF KANTOR



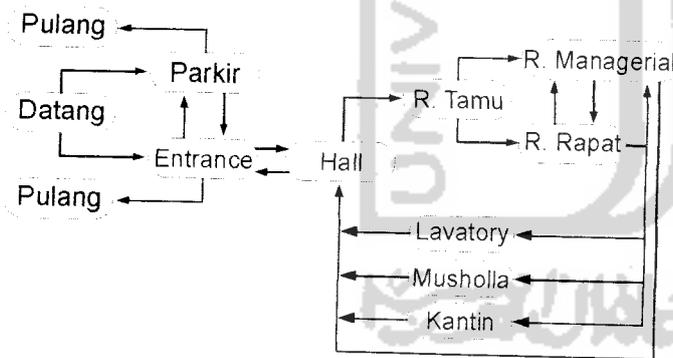
PENYEWA LOS / TOKO



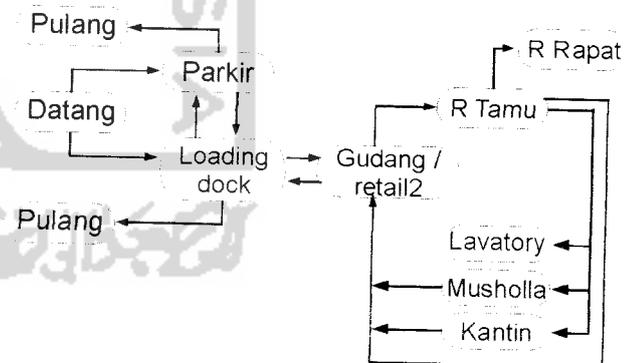
PENJAGA LOS / TOKO



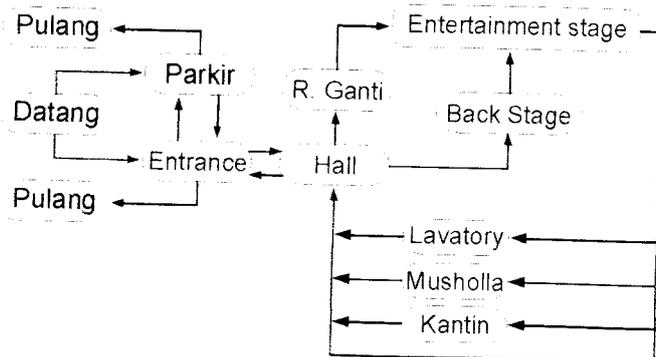
INVESTOR



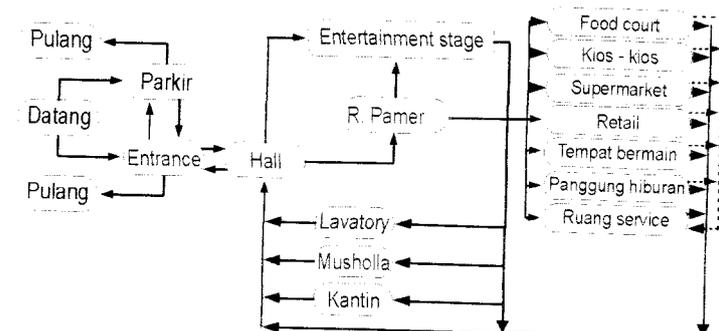
PEMASOK / SUPLIAR



PELANAMPIL SENI



PELAKU SENI

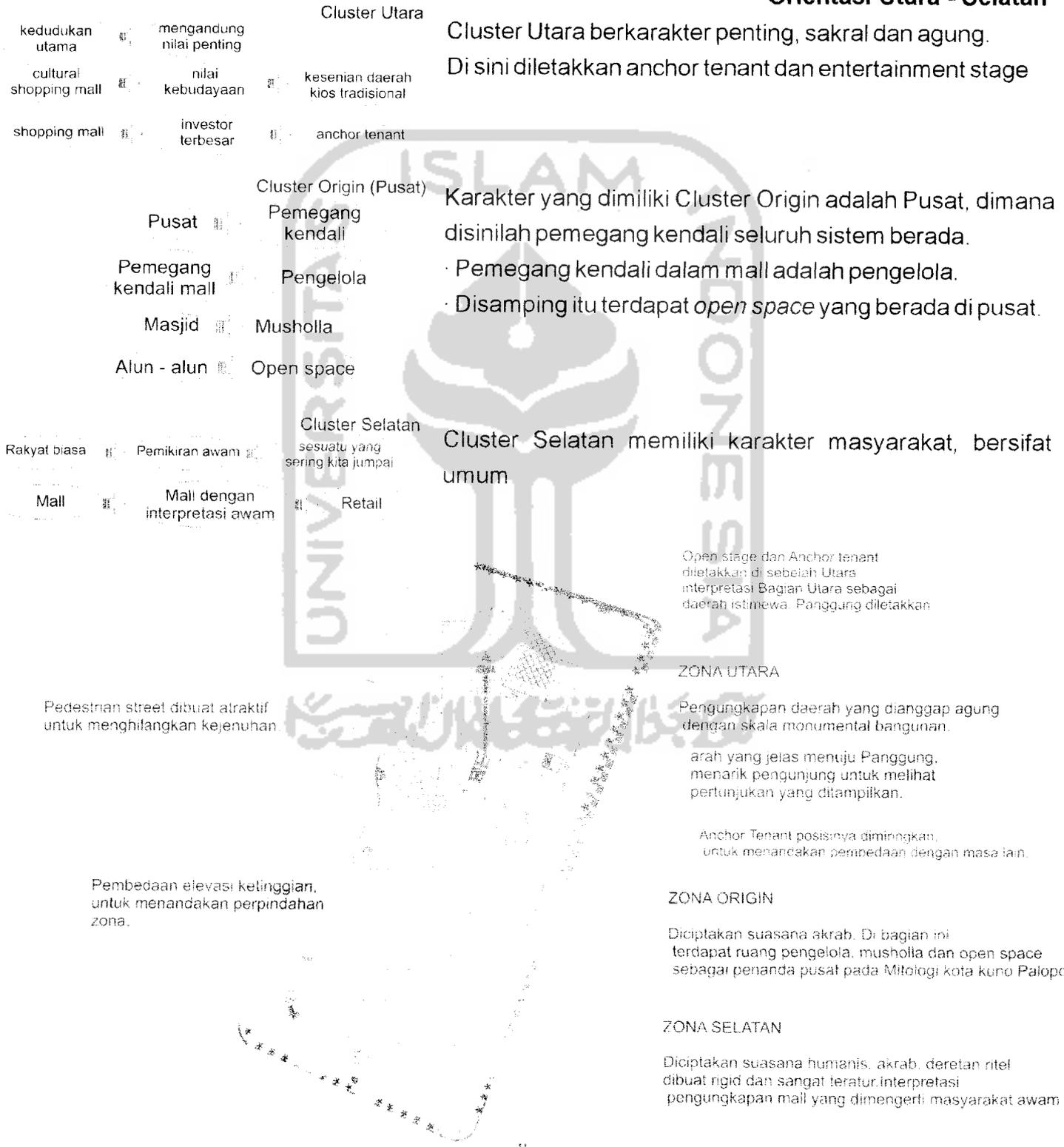


# Analisa dan Konsep

## Zoning Horizontal

Pembagian ruang - ruang didasarkan pada kesesuaian sifat ruang dan aktifitas pengguna dengan cluster dalam kosmologi kota Palopo.

### Orientasi Utara - Selatan



Orientasi Utara - Selatan berdensitas magis. Utara merupakan tanah yang merupakan kedudukan suci atau utama. Tengah merupakan pusat dan Selatan merupakan tingkatan bawah, tempat golongan rakyat biasa.

Dalam sebuah shopping mall, keberadaan anchor tenant merupakan aspek terpenting yang harus diperhatikan.

Sebelah Utara, terdapat Department store dan bioskop

Anchor Tenant II

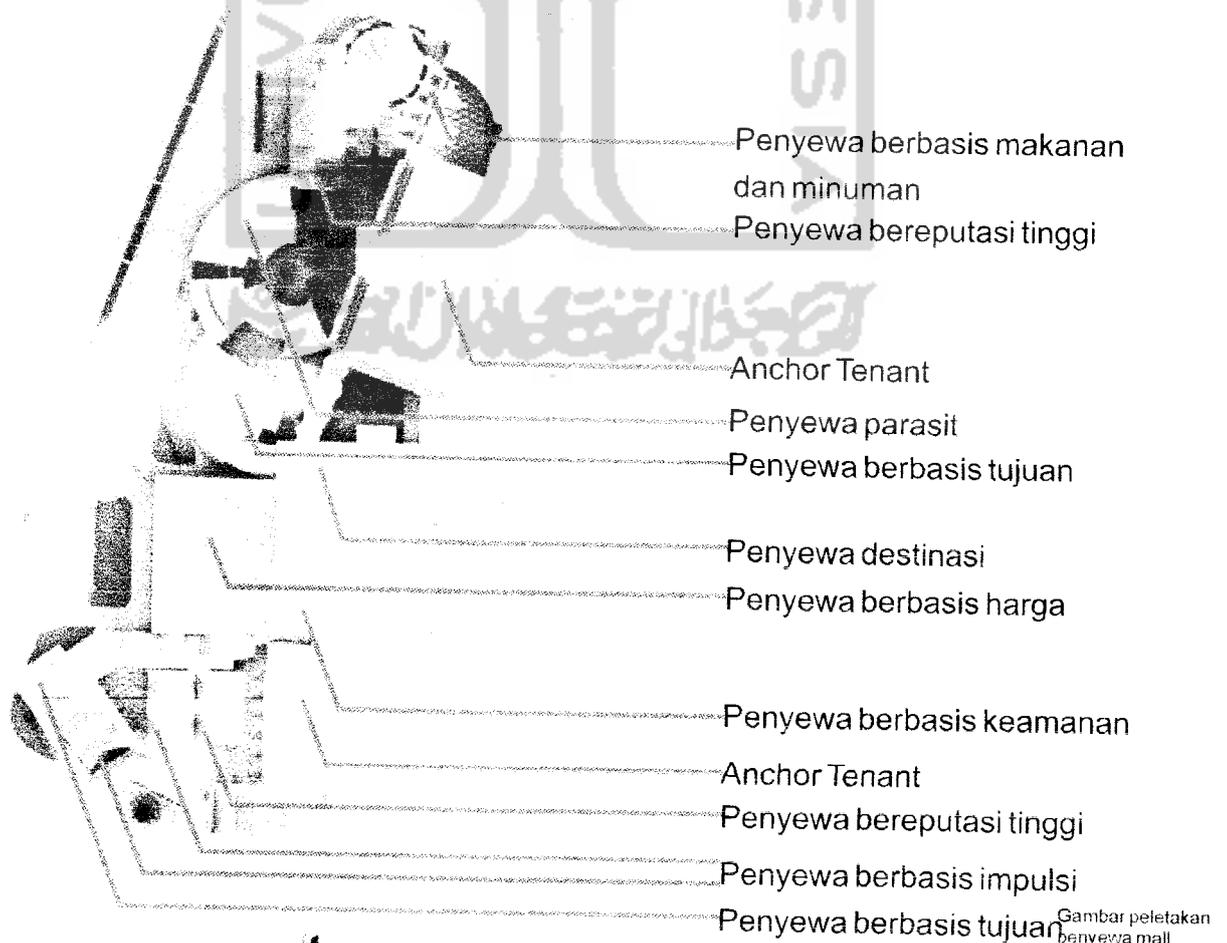
Anchor tenant diletakkan pada sisi paling Utara dan Selatan.

Tata letak yang dipilih untuk bangunan ini adalah tata letak alur bebas, karena cultural shopping mall tersebut tidak berada dalam suatu bangunan masif.

Para penyewa lainnya pun ditata diantara kedua magnet utama mall. Pertimbangannya adalah jenis usaha, kebutuhan ruang, pelanggan sasaran, keamanan, serta kemampuan mereka membayar sewa.

Anchor Tenant I

Sebelah Selatan, terdapat anchor berupa Supermarket



<p><b>Barat</b> Figur geografis Gunung</p> <p>menjadi orientasi arah hadap shopping mall, karena merupakan daerah yang dianggap baik menurut konsep tata ruang kota kuno Palopo (<i>Boting Langi</i>)</p>	<p><b>Utara</b> Zona Kebudayaan Tradisional</p> <p>Anchor Tenant</p> <p>Zona Pengelolaan Plaza Musholla</p> <p>Anchor Tenant</p> <p>Retail</p>	<p><b>Timur</b> Figur geografis Laut</p> <p>menjadi zona servis, karena dianggap sebagai dunia bawah dalam tata ruang kota kuno tersebut. (<i>Uri Liyu</i>)</p>
---	--	---



Second entrance diletakkan dekat dengan parkir, agar pengunjung lebih mudah dan lebih dekat mencapai mall.

Entrance dibuat di setiap sisi jalan, untuk mempermudah akses menuju bangunan.

Main Out diletakkan di bagian ini agar tercipta sirkulasi yang jelas.

Area sebelah Timur dimanfaatkan sebagai dropping area

Rumah genzet diletakkan terpisah agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung mal. Disamping itu, gardu PLN yang diletakkan berdekatan dengan genzet dapat dengan mudah diakses oleh petugas PLN

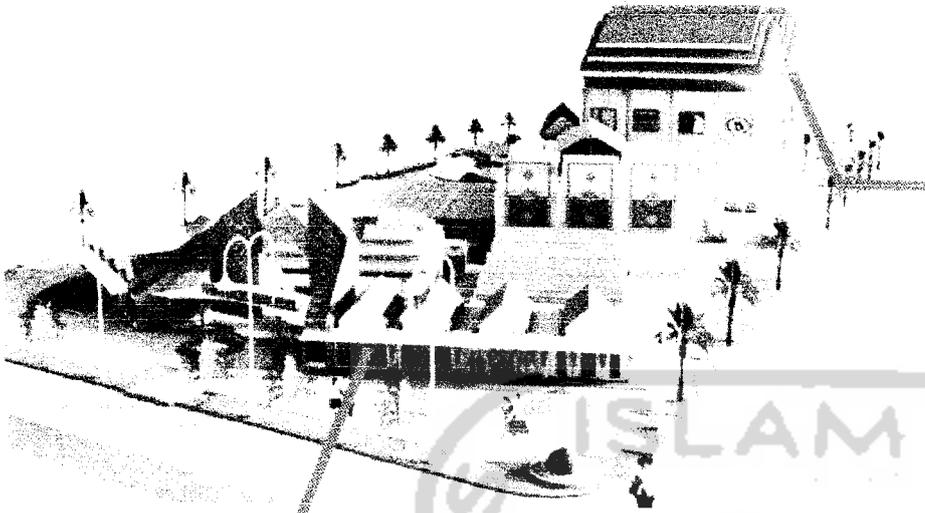
Entrance Dropping Barang

Main entrance mengarah ke jalan Ratulangi sebagai jalan Trans Sulawesi agar point of view mal dapat dilihat oleh masyarakat dalam dan dari luar kota yang melalui jalan tersebut.

Pedestrian entrance dibuat dekat perempatan agar pengunjung yang berjalan kaki lebih mudah mencapai mall

# Hasil Rancangan

Untuk menunjang konsep “nilai penting” yang terkandung dalam tatanan cluster, maka massa bangunan dibuat dengan ketinggian yang berbeda. Semakin tinggi massa bangunannya maka semakin penting nilainya dalam bangunan tersebut. Oleh sebab itu, massa sebelah Utara dibuat paling tinggi.

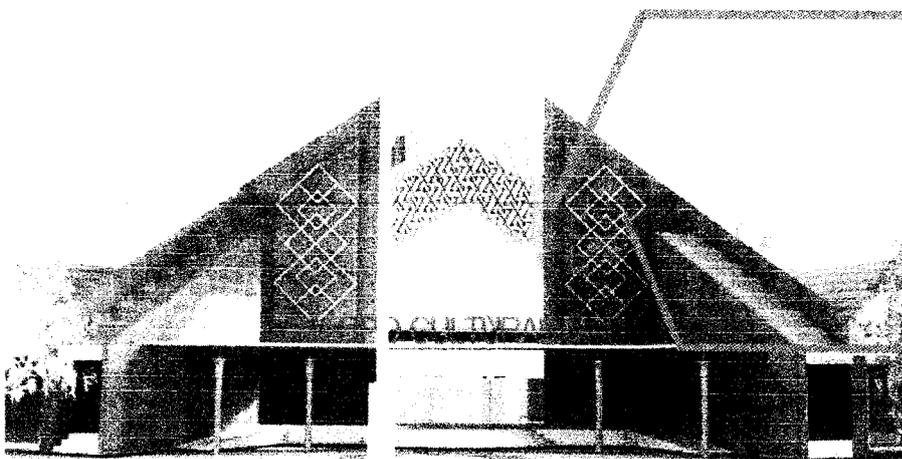


Massa Selatan dibuat berkesan memiliki banyak massa yang menimbulkan kesan seperti perkampungan.

Sculpture panggung yang berukuran besar memudahkan pengunjung untuk melihatnya, sehingga secara tak langsung menimbulkan rasa keingintahuan dan menggerakkan mereka ke arah tersebut.



Panggung sebagai simbol wadah kesenian budaya, disimbolkan oleh sculpture yang menyerupai bentuk tangan yang diartikan bahwa kesenian tetap terlindungi oleh tangan-tangan generasi muda.



Main entrance terdapat di bagian Selatan dibuat kontras

Bentuk segitiga diambil dari filosofi hubungan kehidupan masyarakat

Penggunaan motif khas



Atap khas Palopo

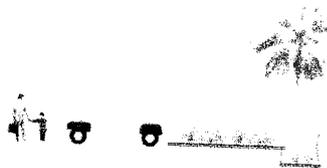
Menggunakan elemen motif tradisional

In-let kendaraan pengunjung dibuat pada sisi Utara, Barat dan Selatan, sedangkan out-let pada sisi Timur

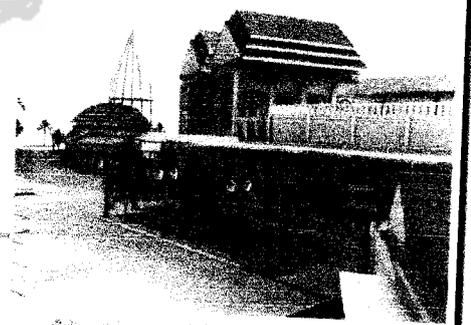
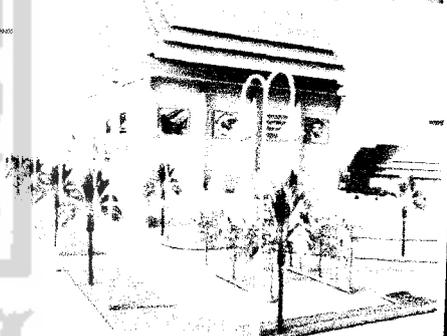
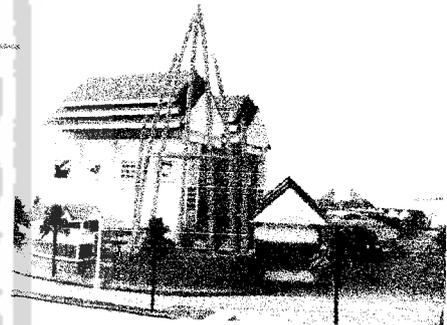
In-let dan Out-let mobil box barang dibuat di sebelah Timur

Area parkir dibuat menyebar untuk mempermudah pengunjung yang datang dari arah jalan mana pun.

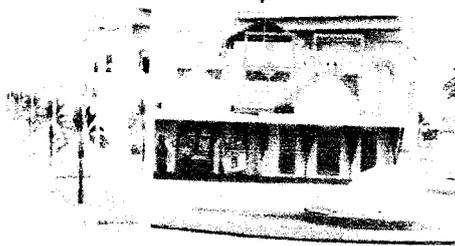
Pohon peneduh digunakan untuk area *food court* terbuka.



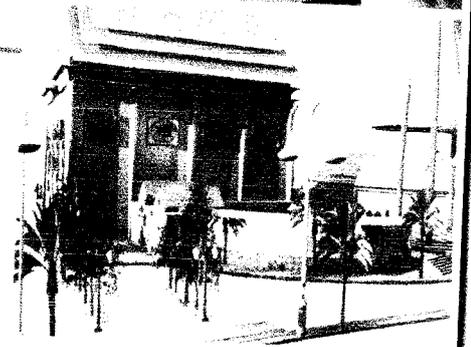
Pohon yang digunakan sebagai pembatas adalah perdu rendah. Hal ini dimaksudkan agar tidak mengganggu view dari luar site ke arah shopping mall

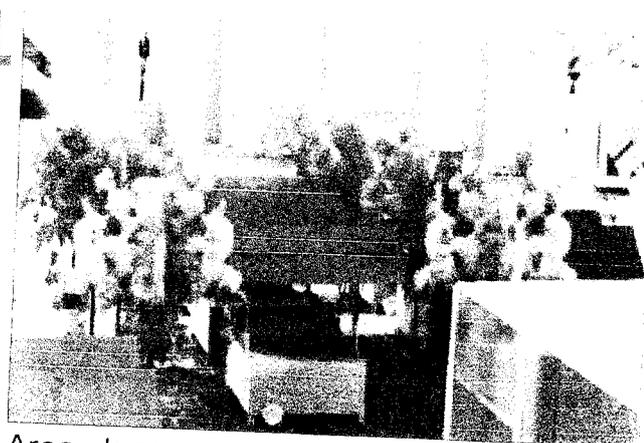
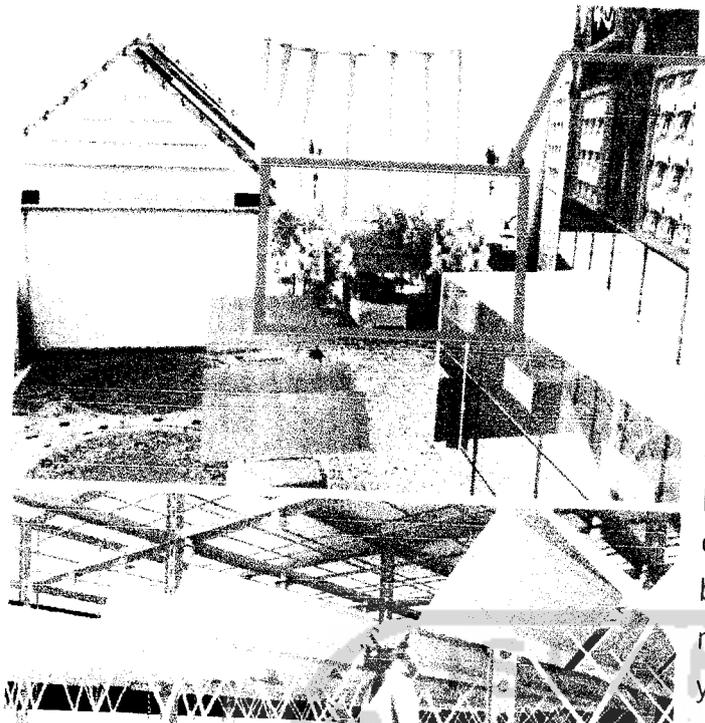


Lampu jalan sebagai elemen *hardscape*



Air mancur sebagai *point of interest* di sudut perempatan jalan Trans Sulawesi

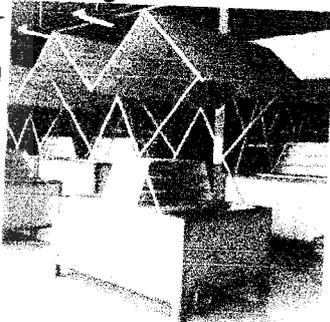




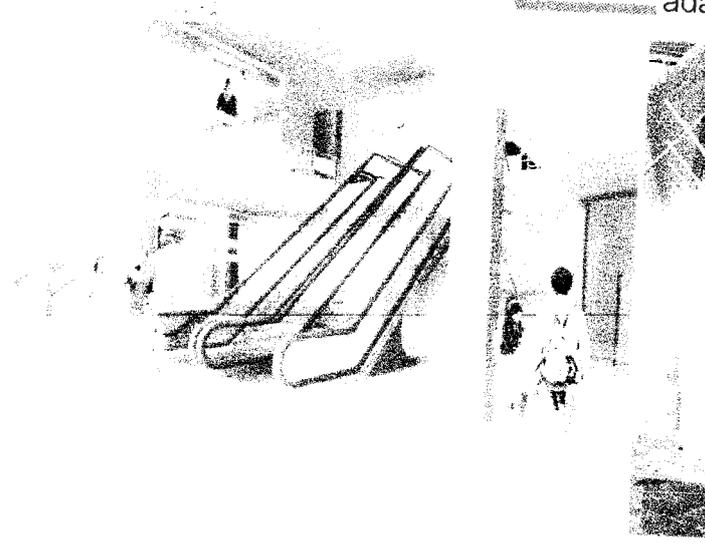
Area depan panggung digunakan sebagai pedestrian ways dengan kios gerobak, dimana pengunjung dapat berbelanja di bawah bayang - bayang pohon. Ini merupakan perwujudan berdagang lokal yang ingin kembali dihadirkan dalam sebuah perbelanjaan.



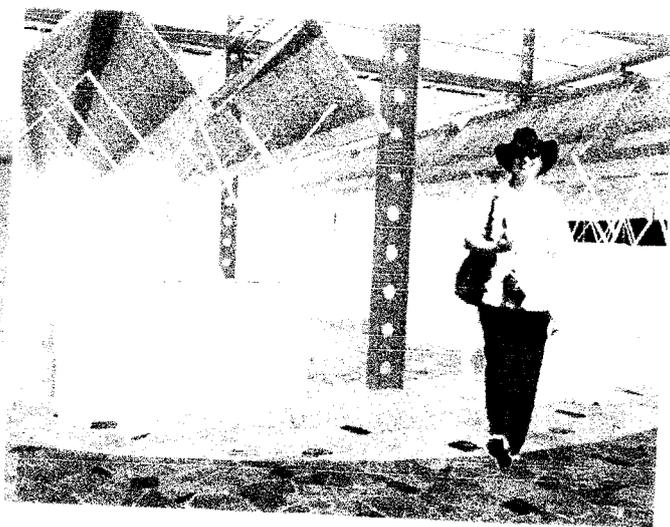
Area tengah digunakan sebagai area pameran temporer dan tempat berjualan bagi pedagang menengah ke bawah yang disetting dengan gerobak - gerobak.



Bagian atas etalase toko dioptimalkan sebagai komersial space.



Railing dibuat dari perpaduan material kaca dan aluminium steel. Pola yang digunakan adalah pola khas Luwu.



Food court dengan suasana ruang terbuka diletakkan dekat dengan panggung, agar pengunjung dapat menikmati hiburan sambil menikmati makanan kesukaan.

Entertainment stage, menyajikan hiburan - hiburan live, baik pertunjukan tari bahkan hingga musik band.

Ruang transit dan ganti penampil seni.

Penyewa bereputasi tinggi diletakkan di jalur ramai. Tujuannya adalah untuk mengangkat citra mall tersebut.

Anchor tenant

Pedestrian street dibuat dengan pola lengkung untuk memberi jalur sirkulasi yang lebih menarik.

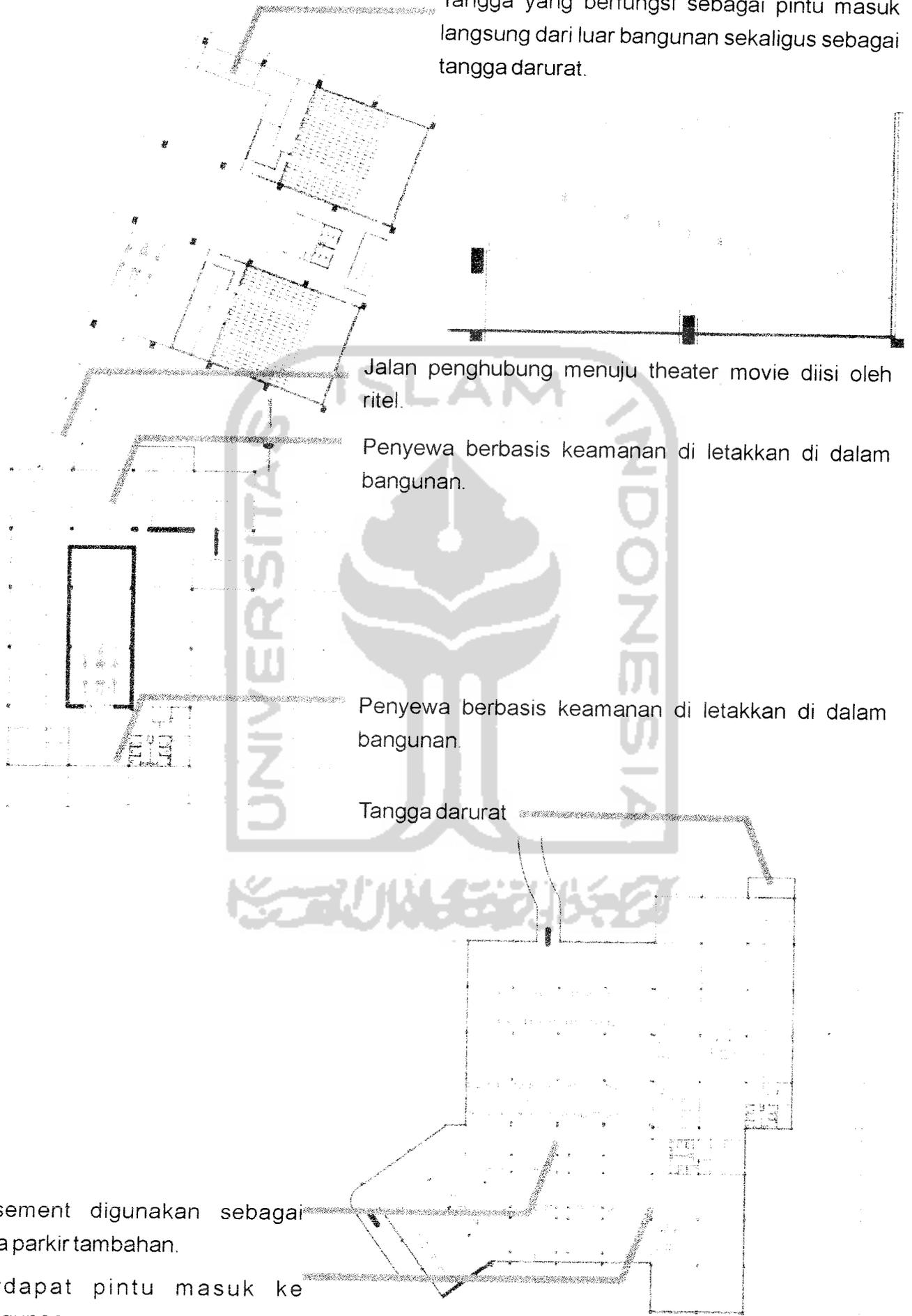
Penyewa destinasi diletakkan diletakkan diantara penyewa utama untuk menggerakkan pengunjung ke anchor tenant.

Area ini dapat dijadikan sebagai tempat pameran temporer.

Penyewa berbasis tujuan diletakkan di sudut - sudut bangunan.



Tangga yang berfungsi sebagai pintu masuk langsung dari luar bangunan sekaligus sebagai tangga darurat.



Jalan penghubung menuju theater movie diisi oleh ritel.

Penyewa berbasis keamanan di letakkan di dalam bangunan.

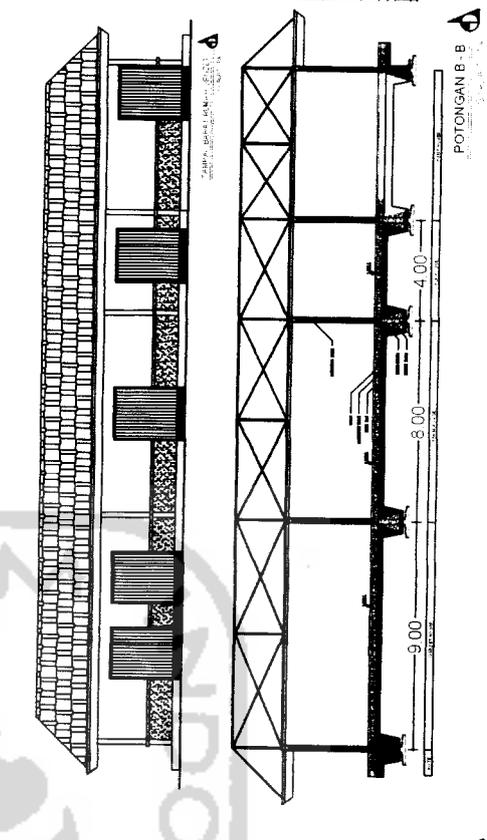
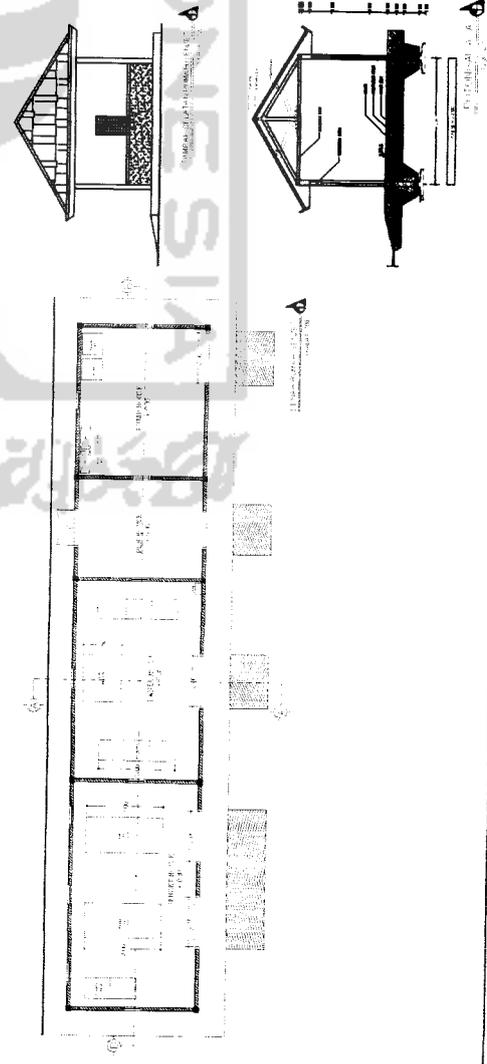
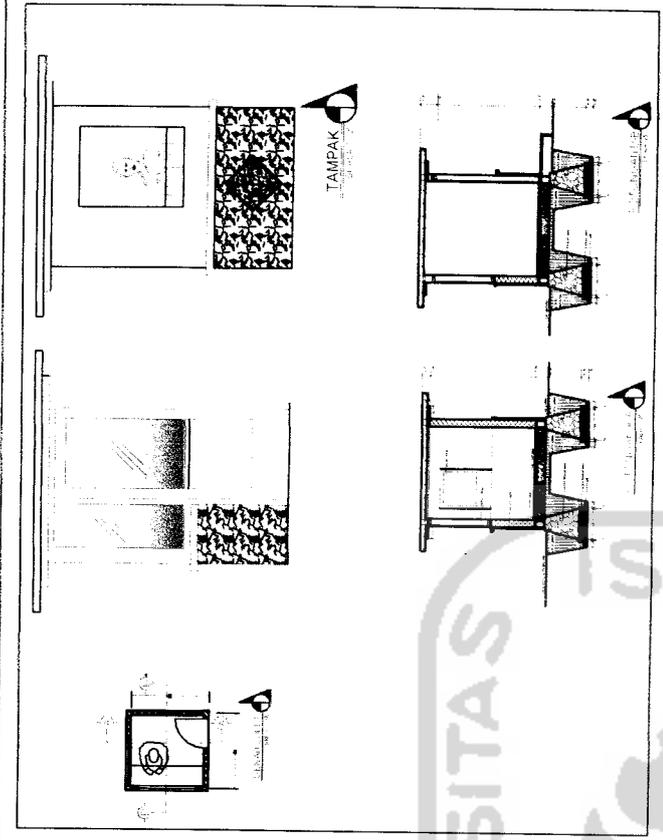
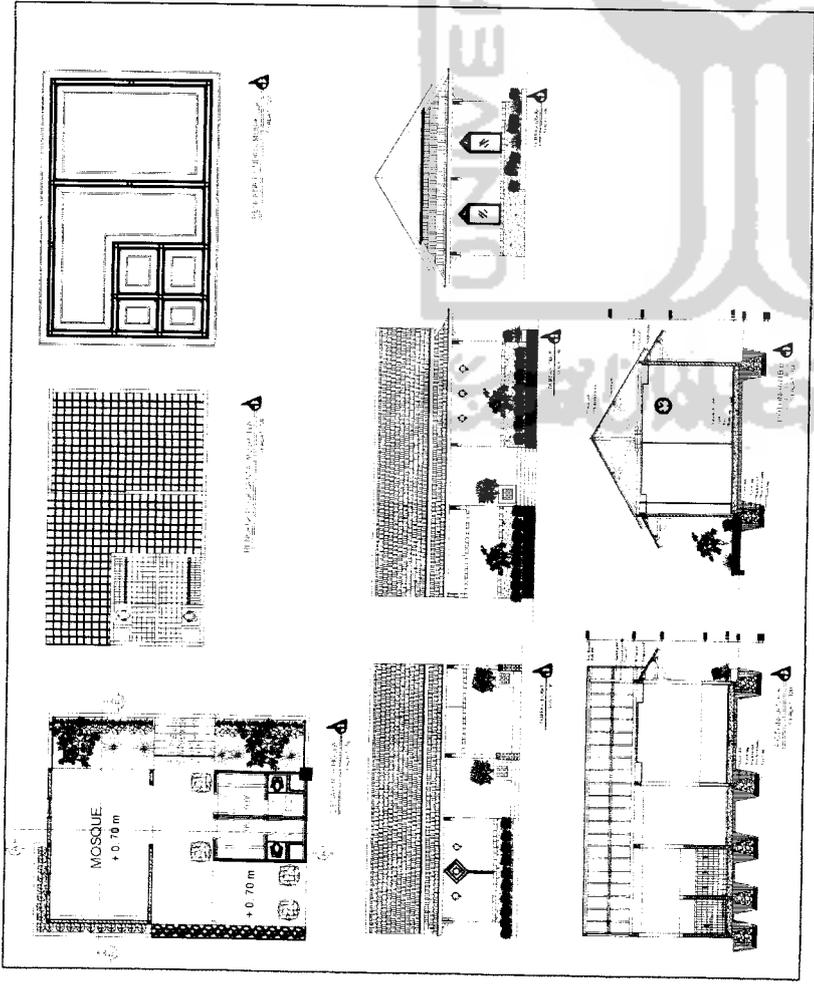
Penyewa berbasis keamanan di letakkan di dalam bangunan.

Tangga darurat

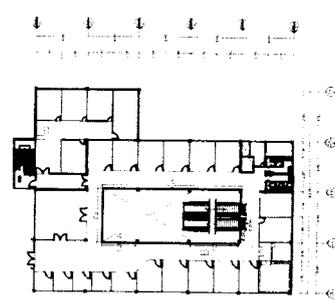
Basement digunakan sebagai area parkir tambahan.

Terdapat pintu masuk ke bangunan

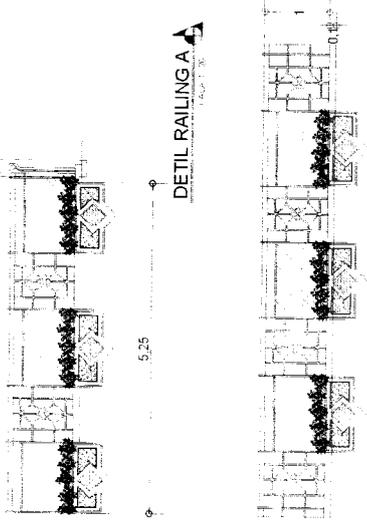




<p><b>TUGAS AKHIR PERANCANGAN</b>          JURUSAN ARSITEKTUR          FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN          UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</p>	<p>PERIODE III          SEMESTER GENAP          TH. AK. 2006/2007</p>	<p><b>CULTURAL MALL DI PALOPO</b>          EKSPLORASI TATA KUNO PALOPO ABAD KE XVII          DALAM RANCANGAN ARSITEKTURAL</p>	<p>DOSEN PEMBIMBING:          ARIF BUDI SHOLEHAH ST. M.Sc          IDENTITAS MAHASISWA:          NAMA: ENDAH DIPTANING P.          NO. MAHASISWA: 02 612 202</p>	<p>JUDUL GAMBAR:          DENAH, TAMPAK, POTONGAN MUSHOLLA          DENAH, TAMPAK, POTONGAN POS JAGA          DENAH, TAMPAK, POTONGAN RUMAH GENZET</p>	<p>KODE:          ARS          NO LEMBAR/          JUMLAH LEMBAR          07/00</p>	<p>PENGESAHAN</p>
---	---	---	--	--	---	-------------------



DENAH KUNCI RAILING



DETAIL RAILING A



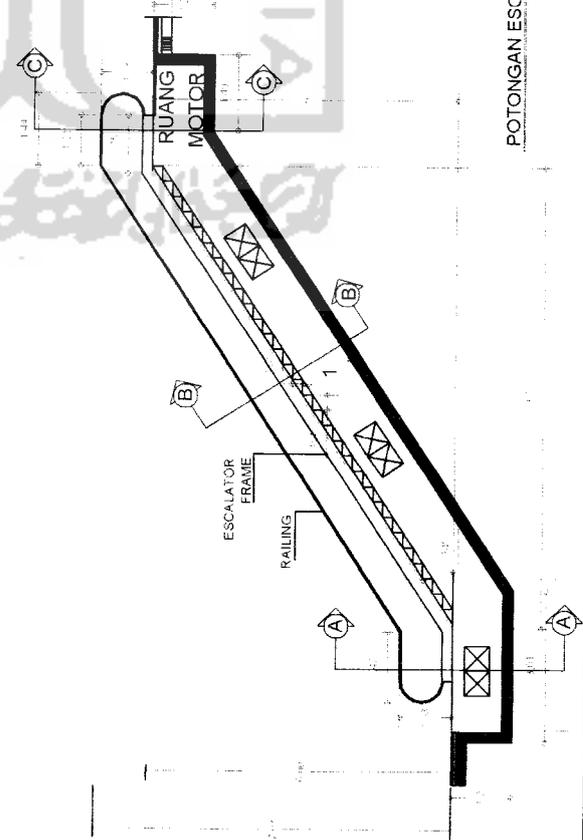
DETAIL RAILING B

- 0.08 : Pipa Stainless Steel Ø 8cm
- 0.10 : Besi Tempa tebal 2cm
- 0.16 : Pipa Stainless Steel Ø 3cm
- 0.32 : Pasangan Bata Finishing Plester dan Cat tembok Acrylic

DETAIL RAILING C

POTONGAN DETIL RAILING A

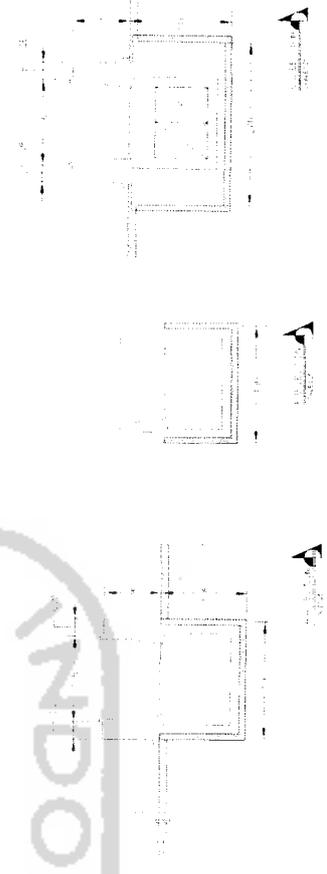
DENAH KUNCI ESCALATOR



POTONGAN ESCALATOR



ELEVATOR PLAN



**TUGAS AKHIR**  
PERANCANGAN  
JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE III  
SEMESTER GENAP  
TH. AK. 2006/2007

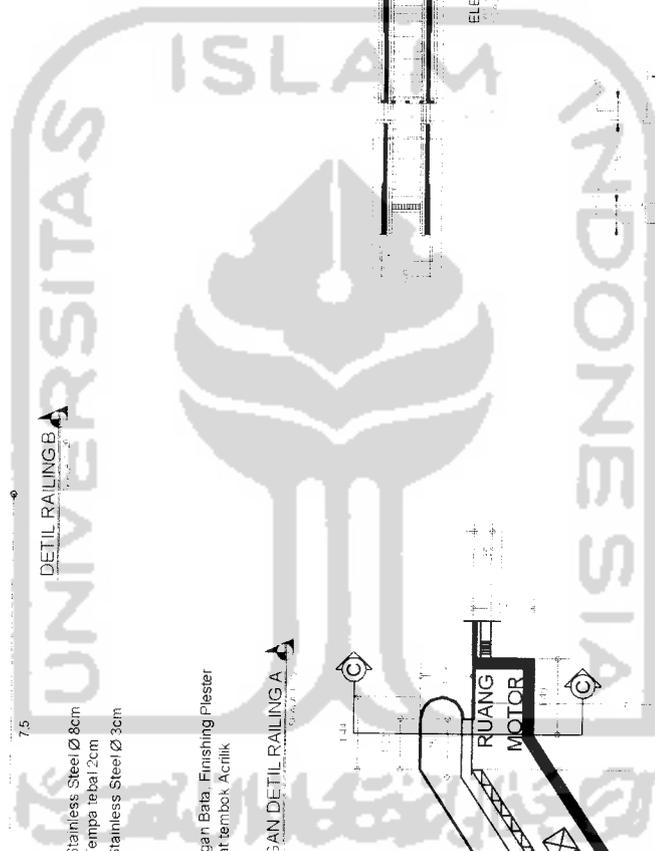
**CULTURAL MALL DI PALOPO**  
EKSPLORASI TATA KUNO PALOPO ABAD KE XVII  
DALAM RANCANGAN ARSITEKTURAL

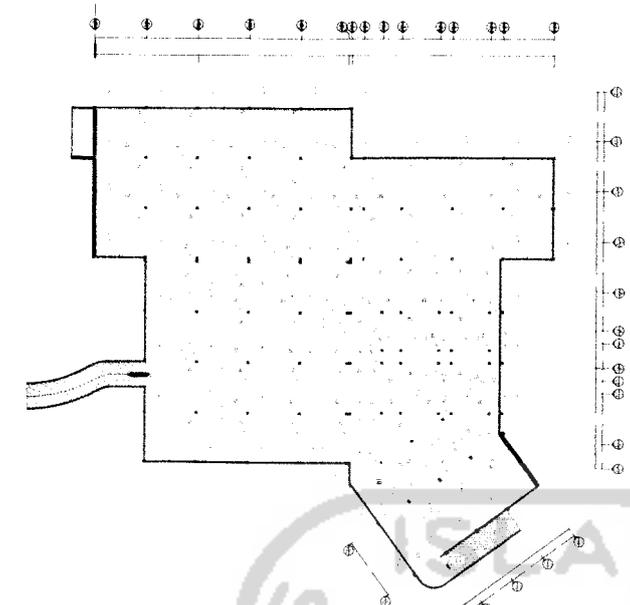
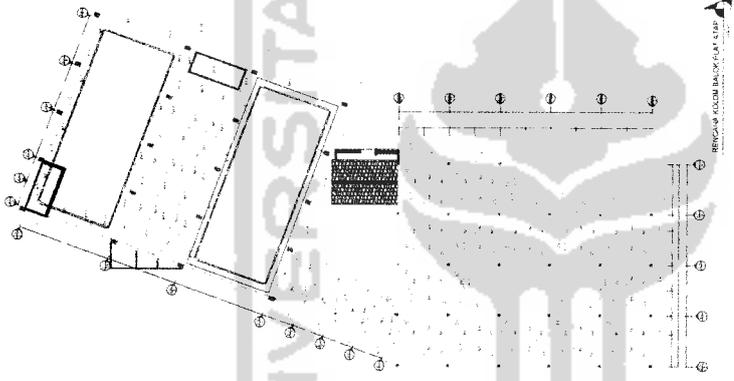
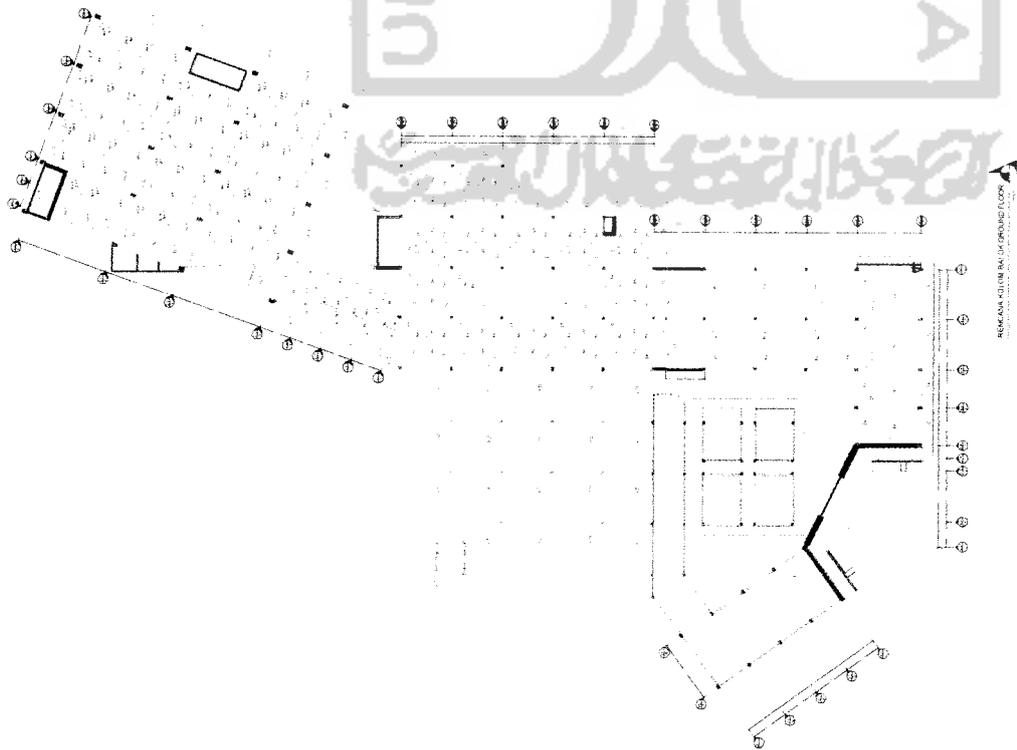
**DETAIL ESCALATOR  
DAN RAILING**

ARS

09/00

SKALA 1:200





KETERANGAN

BALOK	
BI	Balok Induk 1 30 x 50 cm
BI 2	Balok Induk 2 20 x 40 cm
BI 3	Balok Induk 3 40 x 70 cm
BI 4	Balok Induk 4 50 x 90 cm
BA	Balok Anak 1 15 x 25 cm
BA 2	Balok Anak 2 10 x 20 cm
BA 3	Balok Anak 3 20 x 40 cm
BA 4	Balok Anak 4 25 x 50 cm

KOLOM	
K 1	Kolom Utama 1 50 x 50 cm
K 2	Kolom Utama 2 55 x 70 cm
K 3	Kolom Utama 3 40 x 40 cm
K 4	Kolom Utama 4 70 x 100 cm
K 5	Kolom Utama 5 15 x 50 cm
K 6	Kolom Utama 6 Ø 40 cm
K 7	Kolom Utama 7 Ø 80 cm

**TUGAS AKHIR**  
PERANCANGAN  
JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE III  
SEMESTER GENAP  
TH. AK. 2006/2007

CULTURAL MALL DI PALOPO  
EKSPLORASI TATA KUNO PALOPO ABAD KE XVII  
DALAM RANCANGAN ARSITEKTURAL

KOORDINATOR:  
ARIP BUDI SHELPAH, ST. M. Sc  
DEKORASI: MAHASISWA  
NAMA:  
ENDAH CIPTANING P  
NO. MAHASISWA:  
02 512 202

JUDUL GAMBAR:  
**RENCANA KOLOM BALOK  
GROUND FLOOR, L1,1  
DAN BASEMENT**

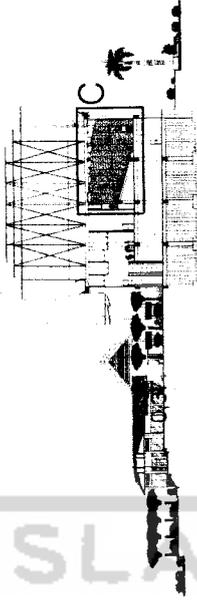
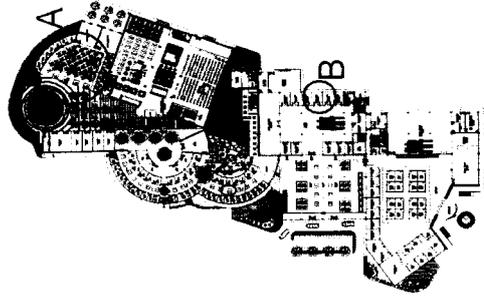
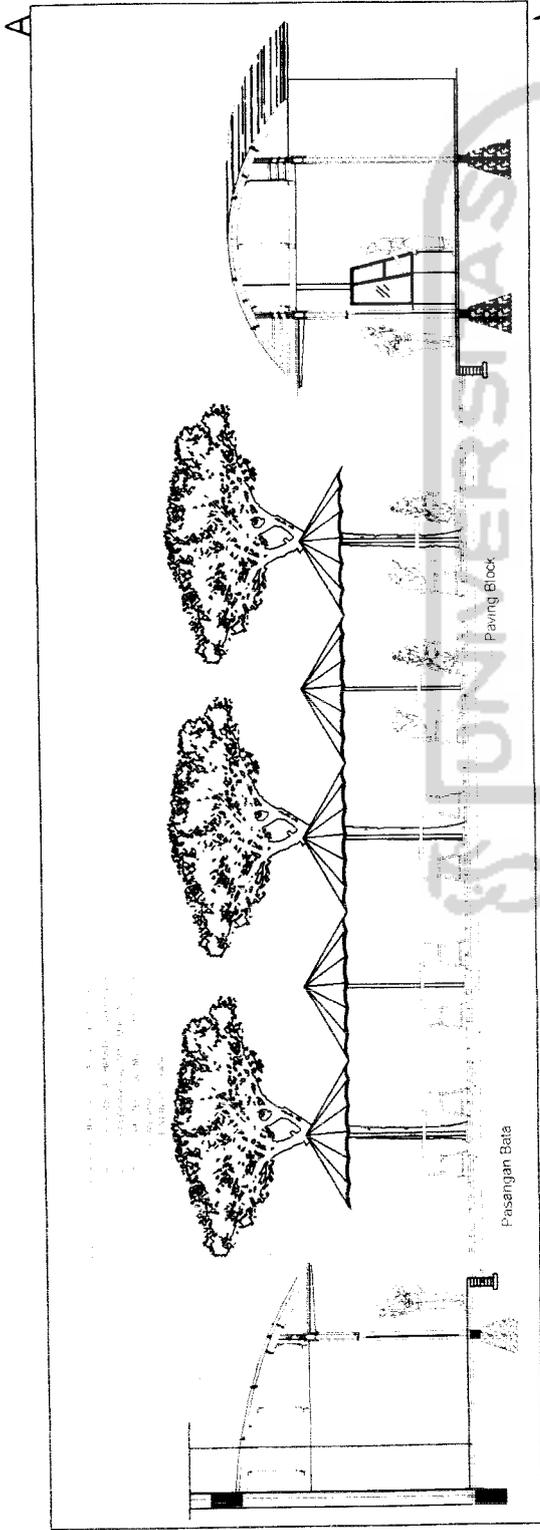
KODE:  
**SIPIL**

SKALA: **10/00**

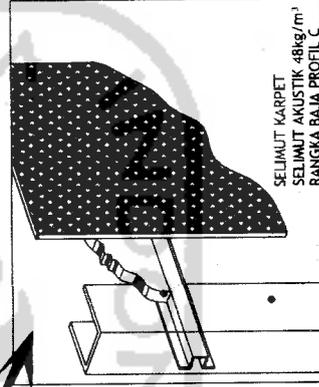
PENGESAHAN



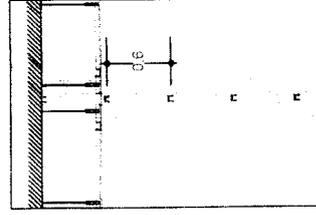




SELIMUT KARPET  
PANEL HARDBOARD BERCELAH  
SELIMUT AKUSTIK 48kg/m<sup>3</sup>  
RANGKA BAJA PROFIL C  
DINDING 1 / 2 BATA



Rangka  
Bagian bawah balok  
Partisi Gypsum  
Hanger Platfond  
Baja Hollow  
Platfond Gypsum  
Kolom 50x50cm



0,15

**TUGAS AKHIR**  
PERANCANGAN  
JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE III  
SEMESTER GENAP  
TH. AK. 2006/2007

**CULTURAL MALL DI PALOPO**  
EKSPLORASI TATA KUNO PALOPO ABAD KE XVII  
DALAM RANCANGAN ARSITEKTURAL

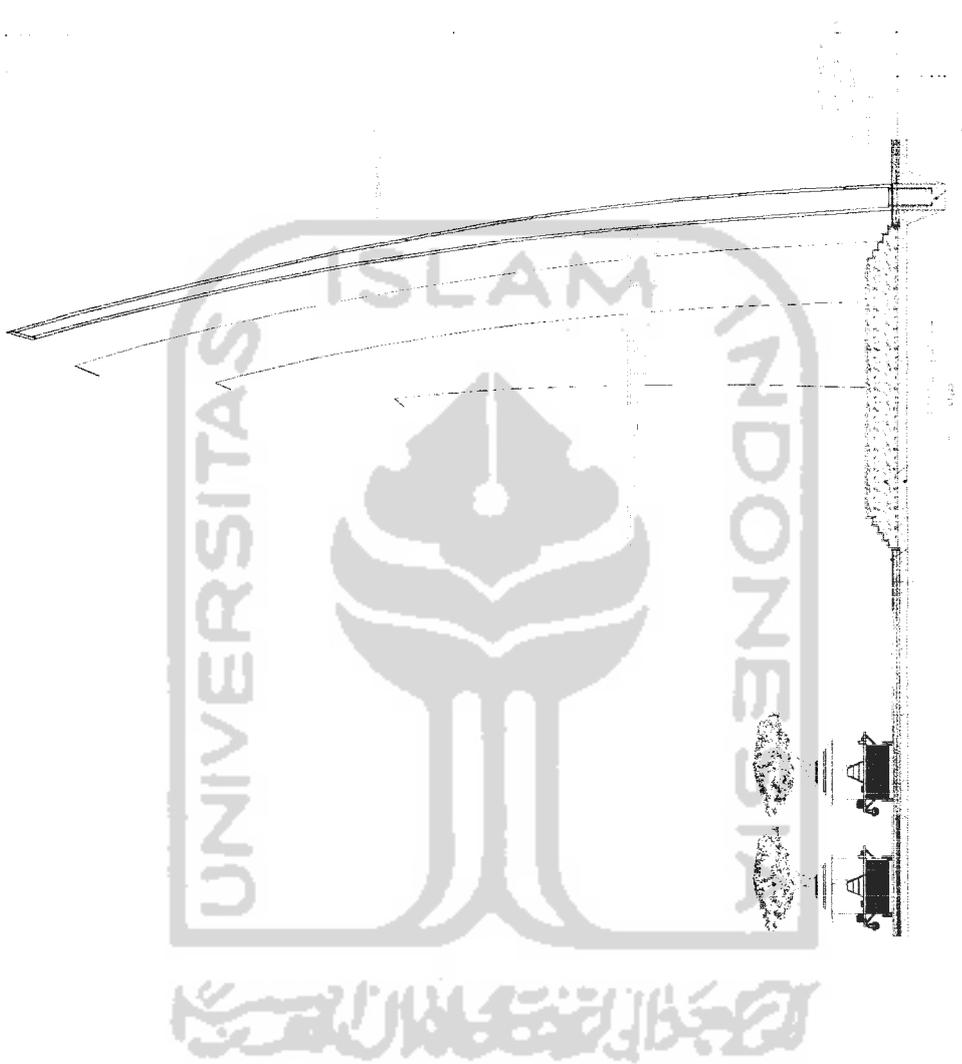
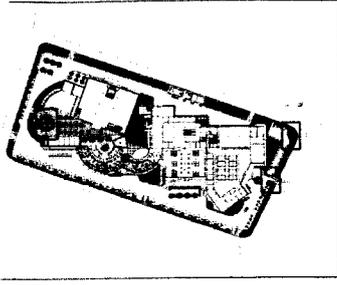
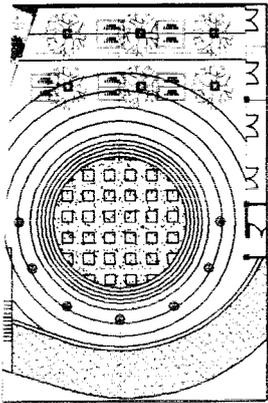
DOSEN PEMBIMBING:  
IDENTITAS MAHASISWA  
NAMA:  
ENDAH CIPTANING P.  
NO MAHASISWA  
02 51202

JUDUL GAMBAR:  
POTONGAN FOOD COURT  
POTONGAN BIOSKOP  
DETIL DINDING BIOSKOP  
DETIL PARTISI RETAIL

KODE:  
ARS

NOLEMBAR:  
JUMLAH LEMBAR  
00/15

PENGESAHAN



POTONGAN PANGGUNG A.A

POTONGAN PANGGUNG B.B

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE III  
 SEMESTER GENAP  
 TH. AK. 2006/2007

**CULTURAL MALL DI PALOPO**  
 EKSPLORASI TATA RUCUNO PALOPO ABAD KE XVII  
 DALAM RANCANGAN ARSITEKTURAL

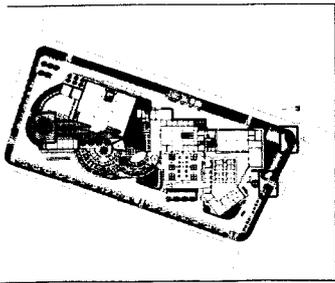
DOSIS PEMBIMBING  
 IDENTITAS MAHASISWA  
 NAMA: ENDAH CIPTANING P.  
 NO. MAHASISWA: 02 61202

JUDUL GAMBAR:  
**POTONGAN PANGGUNG**  
 SKALA: 1:100

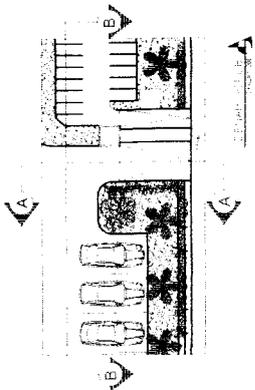
KODE:  
 ARS

NOLEKRIYAT  
 JUMLAH LEMBAR  
 19/00

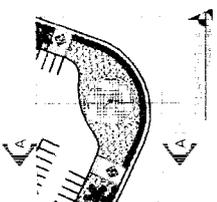
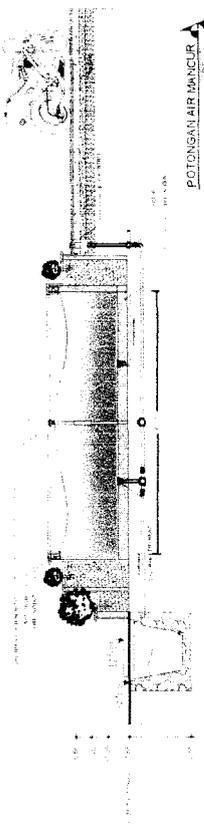
PENGESAHAN



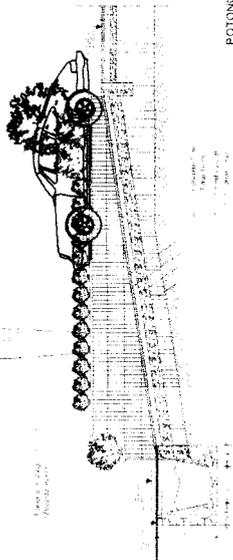
DENAH KUNCI



POTONGAN AIR MANCUR



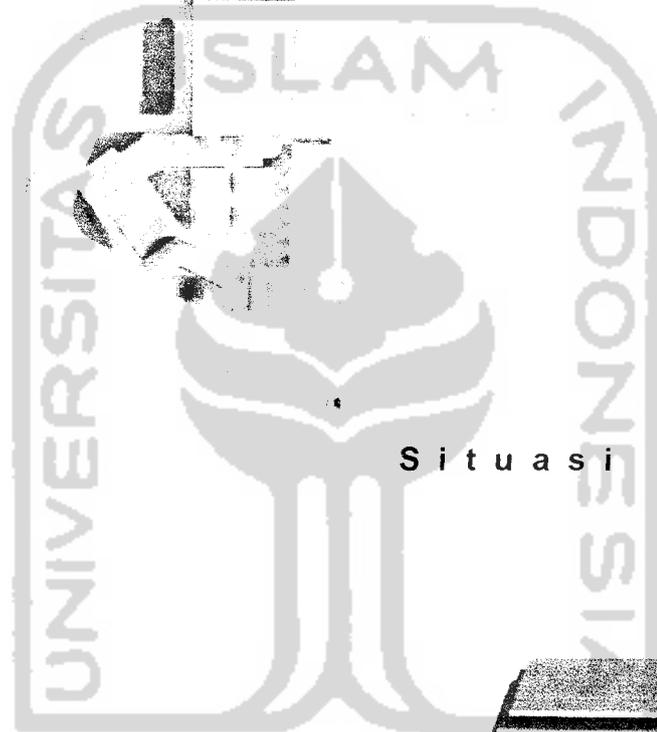
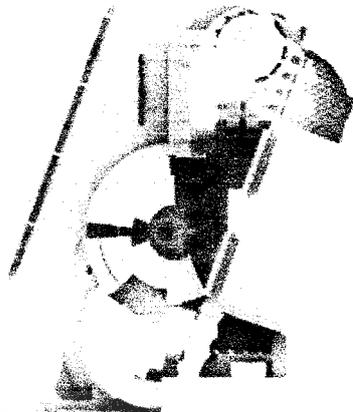
POTONGAN ENTRANCE AA



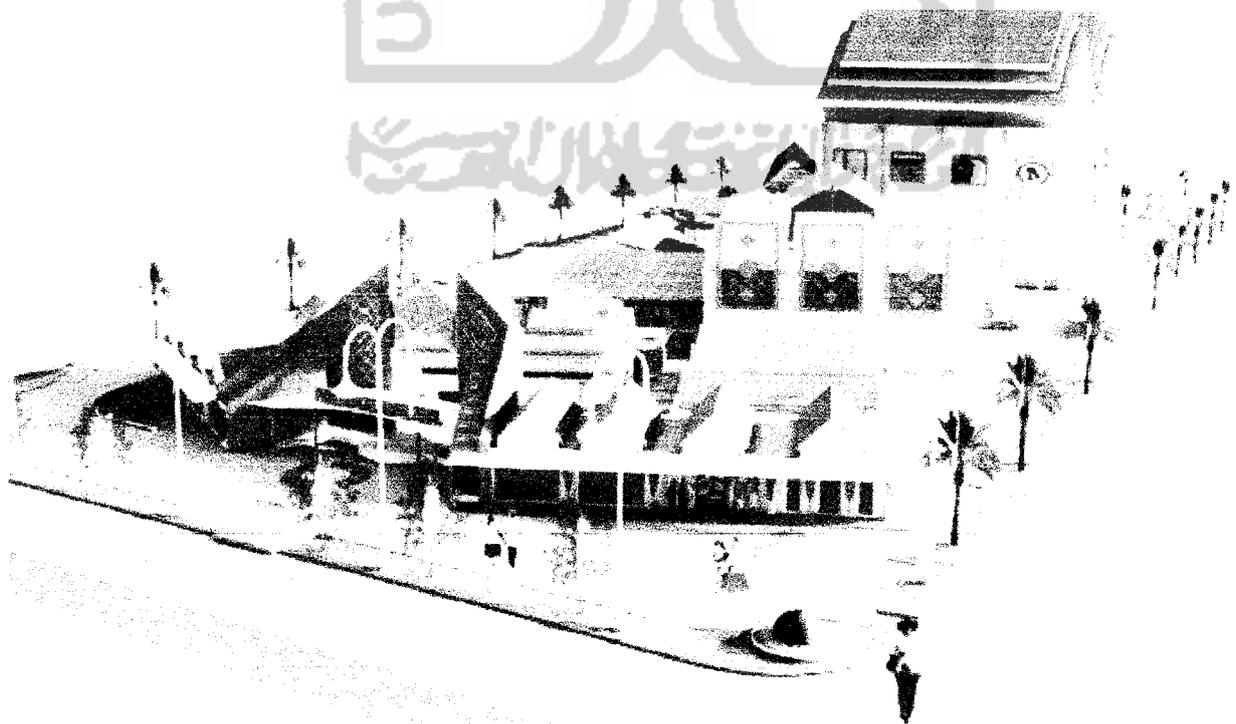
POTONGAN ENTRANCE BB



<b>TUGAS AKHIR</b> PERANCANGAN JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE III SEMESTER GENAP TH. AK. 2006/2007	<b>CULTURAL MALL DI PALOPO</b> EKSPLORASI TATA KUNO PALOPO ABAD KE XVII DALAM RANGKANGAN ARSITEKTURAL	DOSEN PEMBIMBING: IDENTITAS MAHASISWA: NAMA: ENDANG Ciptaning P NO MAHASISWA: 02 51202	JUDUL GAMBAR: <b>DETIL LANDSCAPE</b>	KODE: ARS	NO TEBUSAN: JUMLAH TEBUSAN: 18/00	PENGESAHAN
	SKALA: 1:100		TANDA TANGAN: <i>[Signature]</i>	DETIL LANDSCAPE	ARS	18/00	



Situasi Bangunan



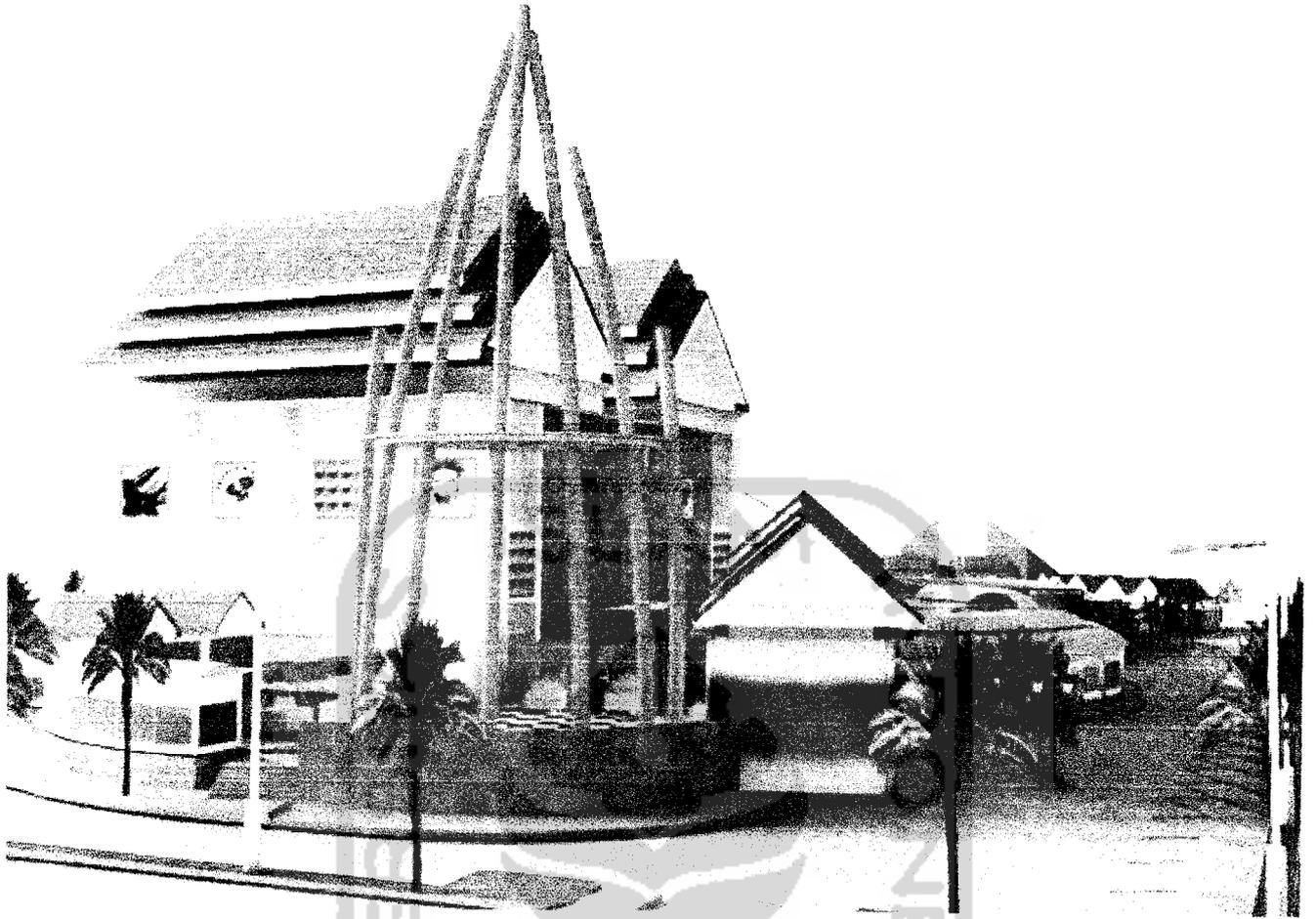
Perspektif Eksterior



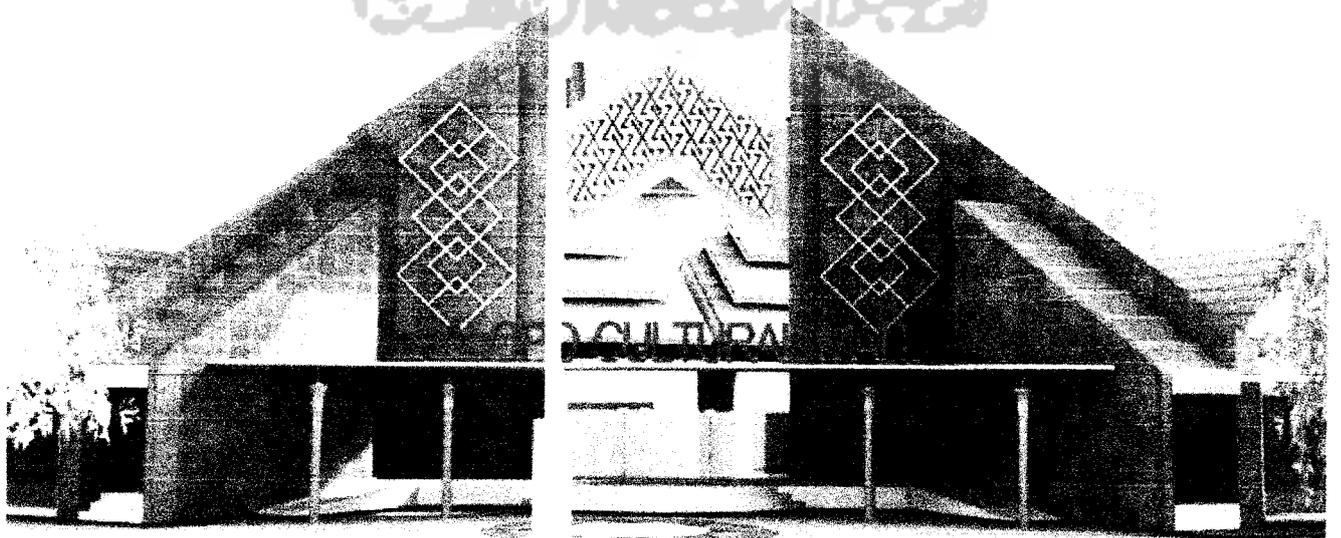
Perspektif Eksterior



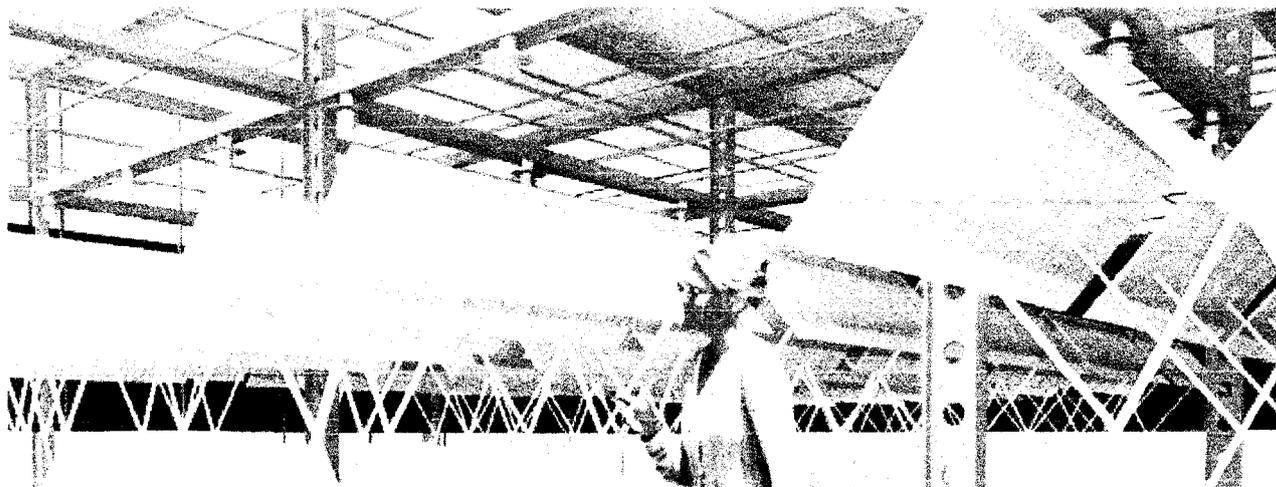
Perpektif Eksterior



Sculpture Panggung



Main Entrance Selatan



S u a s a n a   i n t e r i o r   m a l l



S u a s a n a   o p e n   s p a c e



UNIVERSITAS  
INDONESIA  
sport plus

Suasana interior mall

Suasana interior mall