

**LAPORAN PERANCANGAN  
TUGAS AKHIR**

PERPUSTAKAAN	28-11-2007
HABISAN/REVISI	
NO. JUDUL	2589
NO. INV.	5120002589001
NO. INDIK.	002589

**JAKARTA YOUTH FASHION**  
*Transformasi Jalan Sebagai Elemen Pembentuk Bangunan*  
*("Street as Building")*

**JAKARTA YOUTH FASHION**  
*Street Transformation As The Element Of Building Shaper*  
*("Street as Building")*

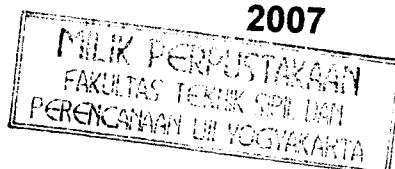


Disusun oleh :  
**SISKA MAYASARI**  
03512069

Dosen Pembimbing :  
**Ir. ARMAN YULIANTA, MURP**

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

**2007**



# LEMBAR PENGESAHAN

## **JAKARTA YOUTH FASHION**

*Transformasi Jalan Sebagai Elemen Pembentuk Bangunan  
("Street as Building")*

## **JAKARTA YOUTH FASHION**

*Street Transformation As The Element Of Building Shaper  
("Street as Building")*

Disusun oleh :

**SISKA MAYASARI**

03 512 069

Jogyakarta, September 2007

Menyetujui,

Dosen Pembimbing :



(Ir. ARMAN YULIANTA, MURP)

Mengetahui

Ketua Jurusan Arsitektur

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Universitas Islam Indonesia



(Ir. HASTUTI SAPTORINI, M.Arch)

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. WB*

Alhamdulillahirabbil'alamin dengan segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, dan ridho kepada penulis hingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Sebuah karya tulis yang diilhami dari keberadaan ruang publik kota serta keterkaitannya dengan sifat dan karakter remaja.

Berangkat dari kajian yang sistematis, penulis mencoba mengimplementasikan konsep – konsep jalan dalam sebuah ruang publik kota serta sifat dan karakter remaja tersebut kedalam desain bangunan. Melalui segenap ilmu pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki dalam bidang arsitektur yang didapatkan selama kuliah, diharapkan desain yang dicapai penulis dapat mencerminkan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah memungkinkan terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini.

- Ir. Arman Yulianta, MURP, sebagai Dosen Pembimbing yang selalu sabar memberikan bimbingan, arahan serta masukan selama pengerjaan Tugas Akhir.
- Ir. Handoyotomo, MSA sebagai Dosen Penguji yang selalu memberikan bimbingan selama Tugas Akhir.
- Ir. Hastuti Saptorini, M.Arch sebagai Ketua Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih kurang dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik sangat penulis harapkan dan semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Amien

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Penulis

Yogyakarta, 30 September 2007

**I JUST WANNA SAY**

**THANKS TO .....**

**ALLAH SWT**, terima kasih untuk kasih sayang karunia, taufiuk, hidayah dan segalanya yang selalu dilimpahkan padaku.....

**MAMA N PAPA**, yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan moral, materi serta kepercayaan kepada anak perempuanmu ini. I Wis i can meik ur drim kams thru.....

**MY BROTHER N SIST** : Mas Hendry, de Entet, de Ian, thanks....aku buwat repot terus!!!!.....emang kalian harus direpotin kog, biar ada kerjaan@.....

**MY AY** Ridho, aku dibantu n ditemenin lembur mpe berminggu2 eh salah dink.....berbulan2,, heheh.....mpe mata berkantung-kantung Makacih yaaaa...@..... Without u I can't finished all.....

**MY PRENS** : Winda, Dera, dari awal semester menjalani suka duka bersama.....lembur2 bareng.....bwt presentasi psk yang menggelikan.....friendship never end n never die, dweh!!!!.....muup kita g bisa wisuda bareng, hehehe.....

Dee : tmenku dari awal ospek kampus, satu kos bareng, bwt tugas bareng, curhat2 bareng (tp banyakan kmu deh yang curhat!!!!!!hehehe, nangis bareng, ketawa ketiwi g jelas bareng, stduio bareng, wisuda bareng juga.....

**TEMEN2 STUDIO** : Mas Satka ..... kita satu bimbingan gak ada yangberes!.....cpe de!!!.....

Mas Tari, Mas Iwink thanks buat masukan2nya dan udah jadi kakakku selama studio.....

**ACADIA Community** : Bang Ramli ....makasih bwt pinjaman komputermu ya.....Mas Wisnu n Deri..... makasih buat masukan2nya.....& buat aku lebih pd bwt presentasi di depan .....

**BARRACK Community** : Gama thanks 4 pinjaman komputernya ya..... Pendi n Juntak thanks 4 bantuannya angkat2 maket mpe masuk ruang pendadaran @.....

Yang terakhir buat semua yang yang belum bisa aku tulis disini, makasih banget..... @@@@



**JAKARTA YOUTH FASHION**  
*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan*  
*("Street as Building")*  
*by Siska Mayasari*

**ABSTRAKSI**

*Perkembangan Fashion Shop sebagai tempat berbelanja kebutuhan sandang mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini ditandai dengan maraknya pertumbuhan Mall dan menjamurnya Rumah Mode dimana - mana. Namun kebanyakan pertumbuhan mall yang ada merupakan tipe Mall yang sudah ada pada umumnya.*

*Pernyataan diatas dapat dibuktikan dengan adanya bentuk layout ruang dan pengolahan sirkulasi yang konvensional serta simetris. Melihat relita yang ada, para pengunjung akan merasa jenuh dengan bentuk bangunan dan layout ruang yang sama. Perkembangan seperti itu menjadikan Mall berkurang pangsa pasarnya karena kurangnya peminat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka diperlukan pembaharuan dalam menciptakan image baru pada sebuah pusat perbelanjaan, sehingga pengunjung yang sebagian besar adalah para remaja yang sarat akan fashion dan mode tidak akan merasa jenuh dengan bentuk pusat perbelanjaan yang ada.*

*Sebuah pusat perbelanjaan yang berangkat dari pola - pola jalan di berbagai kota besar di dunia yang dirangkum dan ditransformasikan ke dalam bentuk bangunan. Bentuk bangunan dirancang dengan menggunakan konsep street pedestrian dengan mentransformasikan unsur tata ruang luar yang terdapat pada street kedalam bangunan. Tata ruang luar dimanfaatkan sebagai pola sirkulasi dalam bangunan. Pendekatan dalam penataan ruang dalam bangunan adalah dengan mentransformasikan sifat dan karakter remaja kedalam sirkulasi bangunan.*

*Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan yang pesat, para perancang dituntut menghadirkan karya-karya yang memiliki nilai kreatifitas dan imajinasi yang tinggi. Disisi lain, untuk menyelaraskan tuntutan tersebut, para remaja membutuhkan wadah fisik yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan dan mempresentasikan dirinya ditengah masyarakat luas.*

**JAKARTA YOUTH FASHION**  
**Street Transformation As The Element Of Building Shaper**  
**("Street as Building")**  
*by Siska Mayasari*

**ABSTRACT**

*The development of Fashion shop as a place go shopping requirement of clothing experiencing of fast progress. This is signed with the development of Mall and Boutiques everywhere. But almost growth of existing Mall represent type of Mall which have on generally.*

*Statement above can be proved with the form of room layout and processing of symmetrical and conventional circulation. In reality, visitors will feel bored with form of the building and the same room layout. Development like that make Mall decrease its market compartment because lack of enthusiast. To solve this problems, needed renewal in creating new image of Shopping Centre, so the visitors who mostly teenagers that identical with mode and fashion will not feel bored with existing Shopping Centre form.*

*A Shopping Centre begin from the Street Patterns in various city in world embraced and transformed into building form. Form of building designed by using concept of street pedestrian with transformed external planology element from street into building. External planology exploited as the pattern of circulation in building. Approach in settlement of room in building is transform teenager's natures and characteristics into building circulation.*

*With the fast development of science, the designers are claimed to make masterpieces which have creativity value and high imagination. In the Other side, to harmonize the demand, the teenagers require the place of physical that able to be used to communicate and present them-self in the middle of wide society.*

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii

### **BAB I 1. PENDAHULUAN**

1.1 Judul .....	1
1.1.1 Judul Proyek .....	1
1.1.2 Pengertian Judul .....	1
1.1.3 Pengertian Sub-Judul .....	1
1.2 Latar Belakang Objek .....	
1.2.1 Latar Belakang Perkembangan Fashion/Mode .....	2
1.2.2 Fenomena Fashion Shop di kota Jakarta .....	3
1.2.3 Fenomena "Street" sebagai ruang publik yang aktif .....	3
1.2.4 Potensi Fashion Shop di kota Jakarta .....	5
1.2.4.1 Kegiatan komersial .....	5
1.3 Tinjauan Site .....	5
1.3.1 Kawasan Jakarta .....	5
1.3.2 Kawasan Menteng .....	6
1.3.3 Kriteria penentuan lokasi .....	7
1.3.4 Lokasi terpilih .....	7
1.3.5 Lokasi site .....	11
1.4 Spesifikasi Umum Proyek .....	11
1.4.1 Fungsi Bangunan .....	11
1.4.2 Fasilitas bangunan .....	12
1.4.3 Profil Pengguna Bangunan .....	16



1.5 Permasalahan .....	17
1.5.1 Permasalahan Umum .....	17
1.5.2 Permasalahan Khusus .....	17
1.6 Tujuan dan Sasaran .....	17
1.7 Metode Pengumpulan Data .....	18
1.7.1 Tahap Pencarian data .....	18
1.7.2 Tahap Analisis .....	18
1.7.3 Tahap sintesis .....	18
1.7.4 Tahap perumusan konsep .....	19
1.7.5 Tahap perancangan .....	19
1.8 Keaslian Penulisan .....	20
1.9 Kerangka Pola Pikir.....	21
<b>BAB II. 2. TINJAUAN KONSEP DAN TEORI</b>	
2.1. Tinjauan Pedestrian Mall .....	22
2.1.1. Perkembangan Pedestrian Mall .....	22
2.1.2. Pandangan Street (Jalan) Dalam Sebuah Kota .....	23
2.2 Tinjauan "Street "Dalam Pusat Perbelanjaan .....	23
2.2.1. Distrik Harajuku (Jepang) .....	23
2.2.1.1. Harajuku Bridge to Yoyogi Park .....	24
2.2.1.2. Takeshita-Dori .....	24
2.2.1.3 Omotesando .....	25
2.2.2. Niccolet Mall, Minneapolis .....	26
2.2.2.1. Typikal Plan Nicollet Mall .....	27
2.2.2.2. Pergerakan Pedestrian .....	27
2.2.2.3. Transit Kendaraan .....	28
2.2.3. Captain's Walk, New London, Connecticut .....	28
2.2.3.1. Pengembangan Desain .....	29
2.2.3.2. Desain Khusus .....	29
2.2.4. Wyoming Avenue Plaza, Scranton Pennsylvania .....	30
2.2.4.1. Pengembangan Strategi pasar .....	30
2.3. Skyway , Skywalk, Catwalk .....	30
2.4. Tinjauan Khusus Remaja.....	32

2.4.1. Pendekatan Remaja.....	32
2.4.2. Konsep "Street as Building" Dikaitkan Dengan Perilaku Remaja.....	32
2.5. Tinjauan Komersial.....	33
2.5.1. Pendekatan Komersial.....	34
2.5.2. Aktivitas Pusat Perbelanjaan.....	35
2.5.3. Aktifitas Potensial Pusat Perbelanjaan.....	35
2.5.4. Trend Market Pusat Perbelanjaan.....	37
2.5.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan	37
2.5.5.1. Pola (Layout) Mall .....	37
2.5.5.2. Dimensi Mall.....	38
2.5.5.3. Tata Letak Tenant (Area Jual Beli).....	38
2.5.5.4. Pengertian Sirkulasi.....	38
2.5.5.5. Kecepatan Berjalan.....	40
2.5.5.6. Ukuran dan Kebutuhan Gerak.....	40
2.5.5.7. Dimensi Ruang Sirkulasi.....	41
2.5.5.8. Ukuran dan Kebutuhan Gerak.....	42
<b>BAB III. 3. ANALISA PERENCANAAN DAN PERANCANGAN</b>	
3.1. Analisa Site.....	44
3.1.1. Analisis Makro.....	44
3.1.2 Analisis Mikro.....	44
3.1.3 Keadaan Lokasi Perancangan.....	45
3.1.4 Potensi dan Kendala Lokasi Terpilih.....	46
3.1.5. Pencapaian ke Bangunan.....	49
3.1.6 Tinjauan Persyaratan Bangunan di jl. Purbolinggo....	50
3.2. Analisa Program Fungsi Bangunan .....	50
3.2.1. Analisa Pola Pelaku Kegiatan.....	51
3.2.2 Besaran Ruang.....	54
<b>BAB IV. 4. KONSEP PERANCANGAN</b>	
4.1. "Street as Building" Sebagai Elemen Pembentuk Bangunan	58
4.1.1. "Street as Building" Sebagai Pembentuk .....	

Retail Fashion dan aksesoris .....	59
4.1.2."Street as Building"Sebagai Pembentuk Sirkulasi.....	59
4.1.3."Street as Building"Sebagai Pembentuk.....	
Fasilitas - Fasilitas Pelengkap.....	60
4.1.4."Street as Building"Sebagai Penghubung Magnet	
Bangunan.....	60
4.2. Elemen <i>street pedestrian</i> sebagai pembentuk bangunan.....	61
4.3. Penataan Ruang Dalam Bangunan.....	63
4.3.1.Hubungan Ruang .....	63
4.3.2.Sirkulasi.....	63
4.4 Pencahayaan.....	63
4.5 Pendekatan Fasilitas Dalam Bangunan.....	65
4.6 Penampilan eksterior.....	69
4.7 Penampilan interior.....	71
4.8 Pendekatan Konsep Tata Masa Bangunan.....	71
4.9 Konsep Gubahan Masa.....	72
4.10. Konsep Fasad Bangunan.....	73
4.11 Konsep Warna Bangunan.....	73

**V . SCHEMATIC DESIGN**

**VI . LAPORAN PERANCANGAN**

**VII. DAFTAR PUSAKA**

**VIII. GAMBAR KERJA**



## DAFTAR GAMBAR

1. GAMBAR 1.1 <i>Horton Plaza, San Diego</i> .....	4
2. GAMBAR 1.2 <i>Denver Street</i> .....	4
3. GAMBAR 1.3 <i>Shibuya Street, Tokyo</i> .....	4
4. GAMBAR 1.4 <i>Peta Jakarta terhadap Jabodetabek</i> .....	6
5. GAMBAR 1.5 <i>Plaza di Kawasan Menteng</i> .....	8
6. GAMBAR 1.6 <i>Peta D.I Jakarta</i> .....	10
7. GAMBAR 1.7 <i>Peta Kec. Menteng</i> .....	10
8. GAMBAR 1.8 <i>Peta Kawasan Menteng</i> .....	10
9. GAMBAR 1.9 <i>Peta Lokasi Site</i> .....	11
10. GAMBAR 1.10 <i>Fasilitas Fashion retail</i> .....	12
11. GAMBAR 1.11 <i>Fasilitas Food court</i> .....	12
12. GAMBAR 1.12 <i>Fasilitas Supermarket</i> .....	13
13. GAMBAR 1.13 <i>Fasilitas Catwalk</i> .....	13
14. GAMBAR 1.14 <i>Fasilitas Music corner</i> .....	13
15. GAMBAR 1.15 <i>Fasilitas Cafe &amp; Lounge</i> .....	14
16. GAMBAR 1.16 <i>Fasilitas Salon Kecantikan</i> .....	14
17. GAMBAR 1.17 <i>Fasilitas Plaza</i> .....	15
18. GAMBAR 1.18 <i>Fasilitas Gymnastic</i> .....	15
19. GAMBAR 1.19 <i>Fasilitas Studio Foto</i> .....	15
20. GAMBAR 1.20 <i>Kerangka Pola Pikir</i> .....	21
21. GAMBAR 2.1 <i>Tokyo-Harajuku</i> .....	24
22. GAMBAR 2.2 <i>Harajuk Map</i> .....	24
23. GAMBAR 2.3 <i>Harajuku Style</i> .....	24
24. GAMBAR 2.4 <i>View from stasiun Yoyogi Aoyama</i> .....	24
25. GAMBAR 2.5 <i>District of Takeshita street</i> .....	25
26. GAMBAR 2.6 <i>Tokyo-Harajuku Takeshita</i> .....	25
27. GAMBAR 2.7 <i>Takeshitastreet</i> .....	25
28. GAMBAR 2.8 <i>Harajuku Shopping street</i> .....	25
29. GAMBAR 2.9 <i>GAP Clothing</i> .....	26

30. GAMBAR 2.10 <i>Ralph Laurent</i> .....	26
31. GAMBAR 2.11 <i>Louis Vuitton</i> .....	26
32. GAMBAR 2.12 <i>Omotesando Hills</i> .....	26
33. GAMBAR 2.13 <i>Typikal Layout Plan Niccolet Mall, Minneapolis</i> .....	27
34. GAMBAR 2.14 <i>Typikal Layout Captain's Walk, New London, Connecticut</i> ...	28
35. GAMBAR 2.15 <i>Minneapolis Skyway</i> .....	33
36. GAMBAR 2.16 <i>Sky bridge on the 41<sup>st</sup> floor of The Petronas Twin Tower</i> ....	33
37. GAMBAR 2.17 <i>Catwalk</i> .....	33
38. GAMBAR 2.18 <i>Westgate Shopping Mall</i> .....	37
39. GAMBAR 2.19 <i>Kebutuhan Ruang Gerak Antara Dinding Batas</i> .....	40
40. GAMBAR 2.20 <i>Kebutuhan Ruang Gerak Dalam Sekelompok Orang</i> .....	41
41. GAMBAR 2.21 <i>Kebutuhan Ruang Gerak Manusia Sambil Melangkah</i> .....	41
42. GAMBAR 3.1 <i>Lokasi Site</i> .....	45
43. GAMBAR 3.2 <i>Analisa Site Untuk Orientasi Bangunan</i> .....	47
44. GAMBAR 3.3 <i>Analisa Site Untuk Kontur Site</i> .....	47
45. GAMBAR 3.4 <i>Analisa Kontur Site</i> .....	48
46. GAMBAR 3.5 <i>Analisa Gubahan Masa</i> .....	49
47. GAMBAR 3.6 <i>Analisa Berdasar Permukiman Penduduk</i> .....	49
48. GAMBAR 3.7 <i>Analisa Pencapaian Bangunan</i> .....	50
49. GAMBAR 4.1 <i>"Street as Building" Sebagai Elemen Pembentuk Bangunan</i> ..	58
50. GAMBAR 4.2 <i>"Street as Building" Sebagai Pembentuk Retail Fashion dan Aksesoris</i> .....	58
51. GAMBAR 4.3 <i>"Street as Building" Sebagai Pembentuk Sirkulasi</i> .....	59
52. GAMBAR 4.4 <i>"Street as Building" Sebagai Pembentuk Fasilitas - Fasilitas Pelengkap</i> .....	60
53. GAMBAR 4.5. <i>"Street as Building" Sebagai Pembentuk Fasilitas - Fasilitas Pelengkap</i> .....	60
54. GAMBAR 4.6 <i>"Street as Building" Sebagai Penghubung Magnet Bangunan</i> ..	61
55. GAMBAR 4.7 <i>"Street as Building" Sebagai Penghubung Magnet Bangunan</i> ..	61
56. GAMBAR 4.8 <i>Street Pedestrian</i> .....	62
57. GAMBAR 4.9 <i>Ilustrasi Desain</i> .....	62
52. GAMBAR 4.10 <i>Pencahayaan Alami Dalam Ruangan</i> .....	64

58. GAMBAR 4.11 <i>Pencahayaan Buatan Pada Ruangan</i> .....	65
59. GAMBAR 4.12 <i>Eksterior dan Interior Retail</i> .....	65
60. GAMBAR 4.13 <i>Interior Food Court</i> .....	66
61. GAMBAR 4.14 <i>Order Food Court</i> .....	67
52. GAMBAR 4.15 <i>Stage Knock-Down</i> .....	67
62. GAMBAR 4.16 <i>Food Court</i> .....	68
63. GAMBAR 4.17 <i>Studio Foto</i> .....	69
64. GAMBAR 4.18 <i>Karakteristik Kaca</i> .....	70
65. GAMBAR 4.19 <i>Karakteristik Aluminium</i> .....	70
66. GAMBAR 4.20 <i>Karakteristik Plywood &amp; Parquet</i> .....	71

#### DAFTAR TABEL

1. TABEL 1.1 <i>Tabel 1.1 Daftar SMU/SMK Menteng</i> .....	9
2. TABEL 3.1 <i>Tabel Persyaratan bangunan jl. Probolinggo JAKARTA PUSAT</i> ...50	





# JAKARTA Youth fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(Street as Building)



## BAB I PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

JAKARTA YOUTH FASHION

*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan ("Street as Building")*

1.1. JUDUL



1.1.1 Judul Proyek

*"Jakarta Youth Fashion"*

1.1.2 Pengertian Judul

Suatu tempat berbelanja bagi kaum remaja yang menyediakan fasilitas fashion/mode, didalamnya terdapat aktifitas-aktifitas yang berhubungan dengan dunia fashion/mode dan entertainment.

1.1.3 Pengertian Sub-Judul

Transformasi street berupa "Street as Building" pada elemen pembentuk bangunan, mempunyai pengertian berupa :

Penggunaan beberapa macam pola street yang terdapat di kota-kota besar dan dunia, sebagai konsep dasar perancangan. Street yang dirancang berfungsi membentuk ruang-ruang dan masa bangunan, sehingga dibuat istilah berupa *Street as Building*.



## 1.2 Latar Belakang objek

### 1.2.1 Latar Belakang Perkembangan Fashion/Mode

Selama berabad-abad, individu atau masyarakat sudah menggunakan pakaian, perhiasan dan aksesoris lainnya sebagai bentuk komunikasi untuk menandai adanya jabatan, status, jenis kelamin, tempat dan kelas. Dunia fashion/mode adalah dunia yang selalu berkembang dari zaman ke zaman dan selalu dituntut untuk mawadahi kebutuhan primer manusia. Meski trend dunia fashion terus berkembang, namun trend fashion/mode tetap merupakan sebuah siklus yang selalu berputar. Fashion/ mode yang pernah muncul dimasa lampau bukan tidak mungkin untuk didaur ulang kembali. Mendaur ulang sebuah trend/gaya fashion tetap menuntut kesesuaian dengan zaman.

Fashion/mode adalah bagian dari kebudayaan seni berpakaian dan berhias. Fashion/mode bukan lagi sebuah hiasan belaka, tetapi sudah merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari manusia khususnya kaum remaja wanita. Dunia fashion/mode tidak terbatas dan terpaku pada model pakaian, tetapi juga pada keserasian aksesoris, perhiasan, model rambut, sepatu, tas, kecantikan dan seni badan<sup>1</sup>.

Seni dan budaya terus berkembang dan terkadang harus melalui proses *akulturasi*, dimana masyarakat Indonesia mulai mencoba mengembangkan dunia fashion dengan adanya kemajuan zaman dan teknologi. Perkembangan dunia fashion/mode yang selalu berubah dari tahun ketahun menuntut adanya kebutuhan untuk berpenampilan khas. Dunia fashion/mode merupakan salah satu pendorong kebutuhan masyarakat untuk tampil khas dan unik, dimana eksklusivitas seseorang tidak lagi dipandang dari sebuah brand - brand ternama, melainkan kemampuan dari masing – masing individu untuk mengapresiasi gaya mereka yang paling sesuai dengan jati diri dan kepribadiannya.

---

<sup>1</sup> [www.Fashion\\_Era.com](http://www.Fashion_Era.com) (NFT)

Fashion selalu menghasilkan sesuatu yang baru dan "up to date". Dalam dunia fashion, seseorang dapat berekspresi dan berkreasi mengembangkan mode dengan gaya sendiri, yang dapat memberikan kesan menarik bagi orang yang melihatnya. Meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap produk fashion/mode menyebabkan adanya kebutuhan akan suatu wadah fashion/mode yang dapat memfokuskan kegiatan - kegiatan fashion (mode) itu sendiri.

### 1.2.2 Fenomena Fashion Shop di kota Jakarta

Perkembangan fashion shop sebagai tempat berbelanja kebutuhan sandang di Jakarta mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya mall dan butik baru di Jakarta, contohnya BSD Hypermall di kawasan Bumi Serpong Damai, Pondok Indah Mall di Kebayoran Lama, Megamal Bintaro di Pasar Minggu, Pallazzo Kemayoran di Kemayoran, dan lain-lain. Namun mall-mall yang ada merupakan type mall yang sudah ada pada umumnya.

Hal diatas dapat dibuktikan dengan adanya bentuk layout ruang dan pengolahan sirkulasi yang konvensional yang sudah ada pada mall-mall pada umumnya. Melihat kenyataan yang demikian, para pengunjung akan merasa jenuh dengan bentuk bangunan dan fasilitas yang sudah ada sebelumnya. Perkembangan seperti itu menjadikan mall/fashion shop menjadi kurang laku karena kurangnya peminat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka diperlukan pembaharuan dalam menciptakan image baru pada sebuah pusat perbelanjaan sehingga pengunjung tidak akan merasa jenuh dengan bentuk pusat perbelanjaan yang ada.

### 1.2.3 Fenomena "street" sebagai ruang publik yang aktif

Street (jalan) yang dikenal sebagai ruang publik pada ruang terbuka merupakan sebuah ruang yang sangat diminati bagi kalangan pejalan kaki, terutama di negara-negara besar yang mempunyai tingkat kemacetan lalu lintas tinggi. Street (jalan) merupakan ruang sirkulasi manusia, didalamnya terdapat

arus pergerakan manusia dari pertama dia bergerak sampai pada tempat tujuannya. Street (jalan) di ruang terbuka juga merupakan tempat aktivitas outdoor yang berfungsi sebagai tempat rekreasi, sehingga street (jalan) dapat disebut sebagai ruang publik yang aktif.



*Gb.1.1  
Horton Plaza, San Diego*

*Gb.1.2  
Denver Street Mall*

*Gb.1.3  
Shibuya Street, Tokyo*

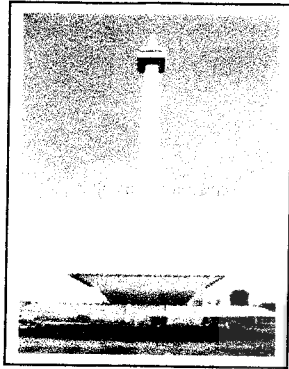
Keberadaan jalan sebagai ruang publik menjadikan street (jalan) sebagai tempat berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Adanya kemudahan pergerakan dalam sebuah street (jalan) membuat suasana menjadi nyaman. Kenyamanan street (jalan) merupakan salah satu faktor yang menguntungkan bagi lingkungan sekitar, misalnya kenyamanan jalan akan memberikan dampak yang baik bagi fasilitas yang berada di area tersebut. Jika hal tersebut ditinjau lebih jauh, akan menjadikan street (jalan) serta fasilitas-fasilitas disekitarnya menjadi sebuah simbiosis yang saling menguntungkan. Fasilitas-fasilitas yang ada, baik yang berupa retail (tenant) maupun yang bukan akan diuntungkan dengan adanya para pengguna jalan yang berlalu-lalang. Sebaliknya, para pengguna jalan yang berlalu-lalang juga akan diuntungkan dengan adanya retail (tenant) yang ada, sehingga menimbulkan simbiosis yang saling menguntungkan antara fasilitas retail dengan pengguna jalan.

Keuntungan tersebut menjadikan lahan tersebut potensial untuk sebuah kegiatan, khususnya bagi kegiatan komersial. Kegiatan komersial yang menggunakan street (jalan) sebagai elemen pembentuk bangunannya membutuhkan keterkaitan langsung dengan pola street (jalan) yang

sesungguhnya. Sehingga pola ruang-ruang luar yang berfungsi sebagai street (jalan) dapat diterapkan ke dalam bangunan.

## 1.2.4 Potensi Fashion Shop di kota Jakarta

### 1.2.4.1 Kegiatan komersial



Jakarta dikenal sebagai ibukota negara, dan merupakan kota metropolitan. Kota Jakarta saat ini diakui sebagai kota komersial nomor satu di Indonesia, karena banyak dan beragamnya pusat perbelanjaan/mall terdapat disini. Di kota ini penyerapan terhadap budaya-budaya luar sangat cepat dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya.

Dari hal tersebut dapat dipastikan bahwa peluang tersebut sangat besar dalam dunia bisnis, mengingat sifat remaja yang konsumtif dibanding dengan kelompok umur lainnya, khususnya remaja putri yang selalu ingin terlihat cantik dan menarik dengan memakai trend fashion/mode yang up-date, menjadikan remaja sebagai pelanggan tetap didalamnya.

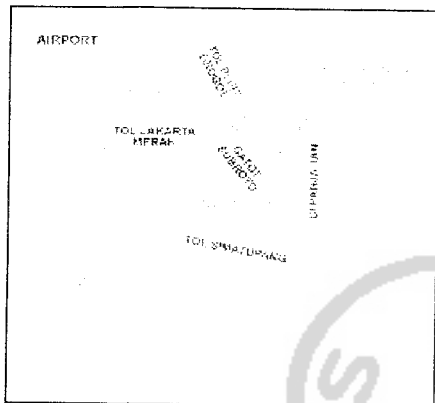
Gejala seperti ini sudah umum dan banyak terlihat di kota Jakarta, terutama di shopping mall yang bertebaran di wilayah ini. Karena belum adanya fasilitas dan tempat bagi kaum remaja khusus pecinta fashion, maka diperlukan suatu tempat untuk mewadahi kegiatan dan aktifitas mereka sekaligus menjadi tempat show off (peragaan pasif) bagi mereka.

## 1.3 Tinjauan Site

### 1.3.1 Kawasan Jakarta

Kota Jakarta merupakan dataran rendah dengan ketinggian rata-rata  $\pm 7$  meter di atas permukaan laut, terletak pada posisi  $6^{\circ}12'$  Lintang Selatan dan  $106^{\circ}48'$  Bujur Timur, Luas wilayah Propinsi DKI Jakarta berdasarkan SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 1227 tahun 1989 adalah berupa daratan seluas  $661,52 \text{ km}^2$

dan berupa lautan seluas 6.977,5 km<sup>2</sup>, terdapat tidak kurang dari 110 buah pulau yang tersebar di Kepulauan Seribu, terdapat pula sekitar 27 buah sungai/saluran/kanal yang digunakan sebagai sumber air minum, usaha perikanan dan usaha perkotaan.



Gb.1.4  
Peta Jakarta terhadap Jabodetabek

Disebelah utara membentang pantai dari Barat ke Timur sepanjang  $\pm$  35 km yang menjadi tempat bermuaranya 9 buah sungai dan 2 buah kanal, sementara di sebelah Selatan dan Timur berbatasan dengan wilayah propinsi Jawa Barat, sebelah Barat dengan Propinsi Banten, sedangkan di sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa.

Wilayah administrasi propinsi DKI Jakarta terbagi menjadi 5 Wilayah Kotamadya dan 1 Kabupaten administratif yaitu kotamadya Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara serta Kabupaten Kepulauan Seribu. Dengan perincian pembagian wilayah administrasi pemerintahannya adalah sebagai berikut : Kotamadya Jakarta Pusat dengan luas 47,90 km<sup>2</sup>, Kotamadya Jakarta Timur dengan luas 187,73 km<sup>2</sup>, Kotamadya Jakarta Barat dengan luas 126,15 km<sup>2</sup>, Kotamadya Jakarta Utara dengan luas 142,30 km<sup>2</sup>, Kotamadya Jakarta Selatan dengan luas 145,73 km<sup>2</sup>, Kabupaten Kepulauan Seribu dengan luas 11,71 km<sup>2</sup>.

### 1.3.2 Kawasan Menteng

Secara Administratif Kecamatan Menteng bagian dari Kotamadya Jakarta Pusat Provinsi DKI Jakarta. Terdiri dari 5 kelurahan. Secara geografis Kecamatan Menteng terletak pada 6° 11' 53" Lintang Selatan, 106° 50' 0" Bujur Timur.

Pada awalnya Menteng adalah sebuah kota taman yang mengadopsi model dalam tata kota modern, merupakan suatu kawasan real

estate komersial yang pertama menandai liberalisasi ekonomi dan otonomi pemerintahan kota.

Lokasi Menteng yang strategis, dapat dijangkau dengan mudah menggunakan beberapa moda transportasi baik kendaraan pribadi, maupun kendaraan umum (bis dan kereta). Lingkungan yang asri dan tertata dengan baik akses ke berbagai lokasi yang relatif mudah dengan tingkat kepadatan lalu lintas yang relatif rendah. Kawasan tersebut pada dasarnya sangat dekat dengan kawasan pemukiman baik berupa perumahan maupun apartement.

### 1.3.3 Kriteria penentuan lokasi

Fungsi dari Youth Fashion ini adalah sebagai bangunan komersial, oleh sebab itu penentuan lokasi site harus disesuaikan dengan fungsinya, yaitu :

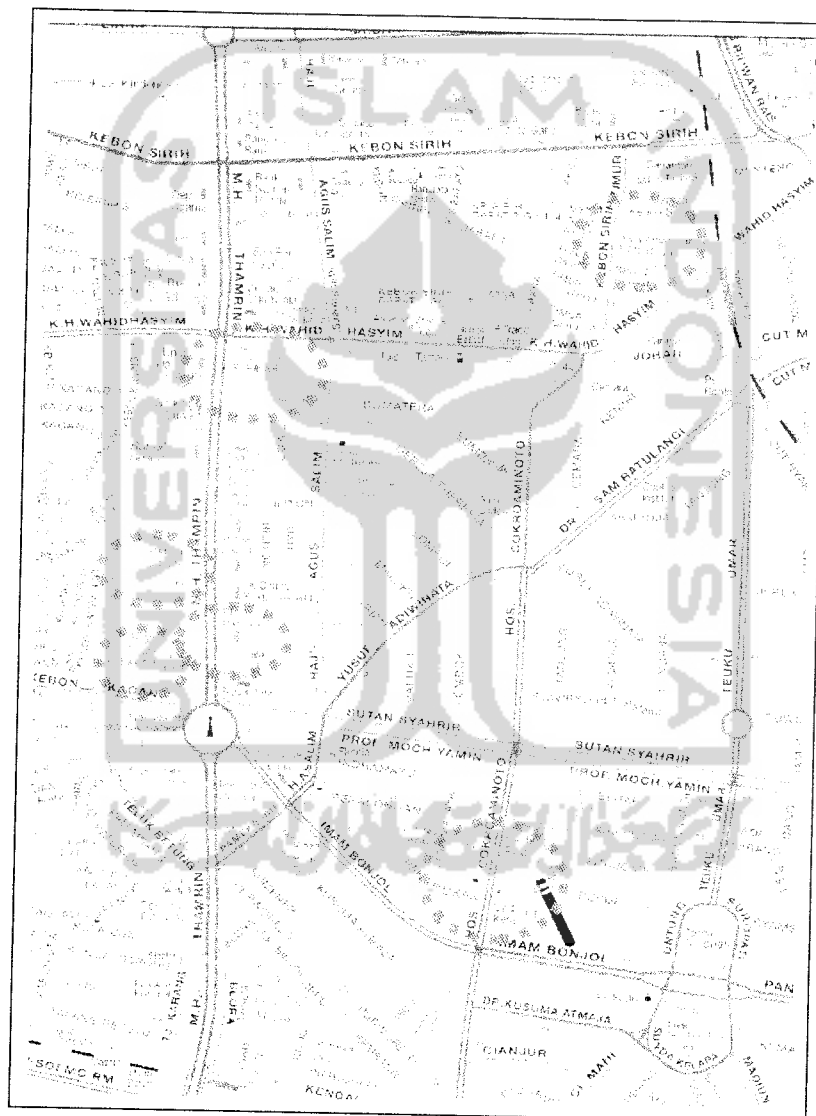
- 1 Berada pada area komersial.
- 2 Berada pada area pendidikan, mengingat sasaran proyek adalah para remaja.
- 3 Pencapaian ke bangunan harus mudah dengan adanya fasilitas sarana & prasarana transportasi yang memadai.
- 4 Adanya Menteng Office Park pada sisi sebelah selatan site, yang merupakan tempat berkumpul kaum remaja. Selain itu Menteng Office Park memberikan keunggulan view dari site.

### 1.3.4 Lokasi terpilih

Dengan adanya kriteria pertimbangan-pertimbangan tersebut diatas, maka lokasi site yang dipilih adalah kawasan Menteng, Jakarta Pusat. Tepatnya Jl.Probolinggo no.1, Kecamatan Menteng Jakarta-Pusat. Alasan dipilihnya area tersebut sebagai lokasi site, antara lain :

1. Terdapat pada area komersial, terbukti dengan adanya pusat perbelanjaan yang besar.

- Plaza Gajah Mada, Jl. Hayam wuruk no.19-26, Gajah Mada
- JITC (Jakarta Internasiona Trade Centre), Jl.Arteri Mangga Dua
- Plaza Indonesia, Jl. M.Thamrin no.28-30, Menteng
- Sarinah ,Jl. M.Thamrin no.11, Menteng
- Plaza Permata , Jakarta Pusat
- Menteng Plaza , Jakarta Pusat
- Plaza Baru , Jakarta Pusat
- Plaza Tanah Abang, Jakarta Pusat



Gb.1.5  
Plaza di Kawasan Menteng

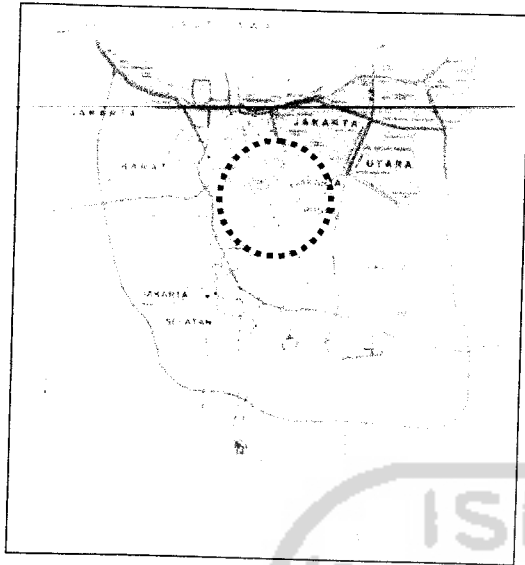
2. Berada pada area pendidikan.

Dengan banyaknya sekolah-sekolah di wilayah ini, maka keberadaan "Jakarta Youth Fashion" diharapkan mampu memenuhi target market.

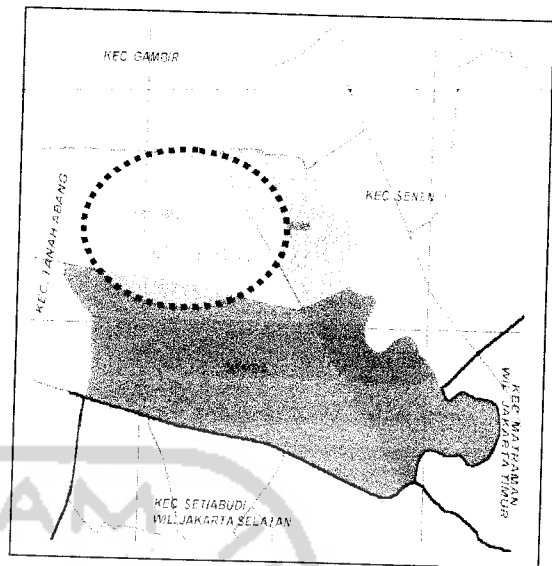
Nama Sekolah	Alamat Sekolah
<u>SMU, SMA Santa Theresia</u>	Haji Agus Salim 75 Gondangdia
<u>SMU, SMK, Iainsis</u>	Menteng Raya 64 Kebon Sirih
<u>SMU, SMA API</u>	Cilacap No.5 Menteng
<u>SMU, SMA Kuis</u>	Dr. Sam Ratulangi No. 26-28 Gondangdia
<u>SMU, SMA Sunda Kelapa</u>	Tauan Sunda Kelapa XVI A Menteng
<u>SMU, SMA Perg. DMI Sala</u>	Tambak No. 32 Pegangsaan
<u>SMU, SMA Santo Delfianus</u>	Lombok No. 58 Gondangdia
<u>SMU, SMA Yapermas</u>	Anyer No. 7 Menteng
<u>SMU, SMA Kristen YEPK</u>	Cisadane 2 Cikini
<u>SMK Negeri 16 (SMIA 10)</u>	Tauan Amir Hamzah Jakarta Pusat Pegangsaan
<u>SMK, SMK (SMIA) Taman Siswa 2</u>	Matraman Dalam 2 Pegangsaan
<u>SMK, SMK (SMIA) Yapermas</u>	Anyer No. 7 Menteng
<u>SMK, SMK (SMIA) Al Makmur</u>	Raden Saleh Raya No. 30 Cikini
<u>SMK, SMK (SMIP) Santa Theresia</u>	H. Agus Salim 75 Gondangdia
<u>SMK, SMK (SMIP) Jaya Wisala</u>	Tauan Sunda Kelapa 16 A Menteng
<u>SMK, SMK (SMIP) Ciptakarya 1</u>	Panataran No.2 Menteng

Tabel 1.1 Daftar SMU/SMK Menteng  
Sumber : Internet

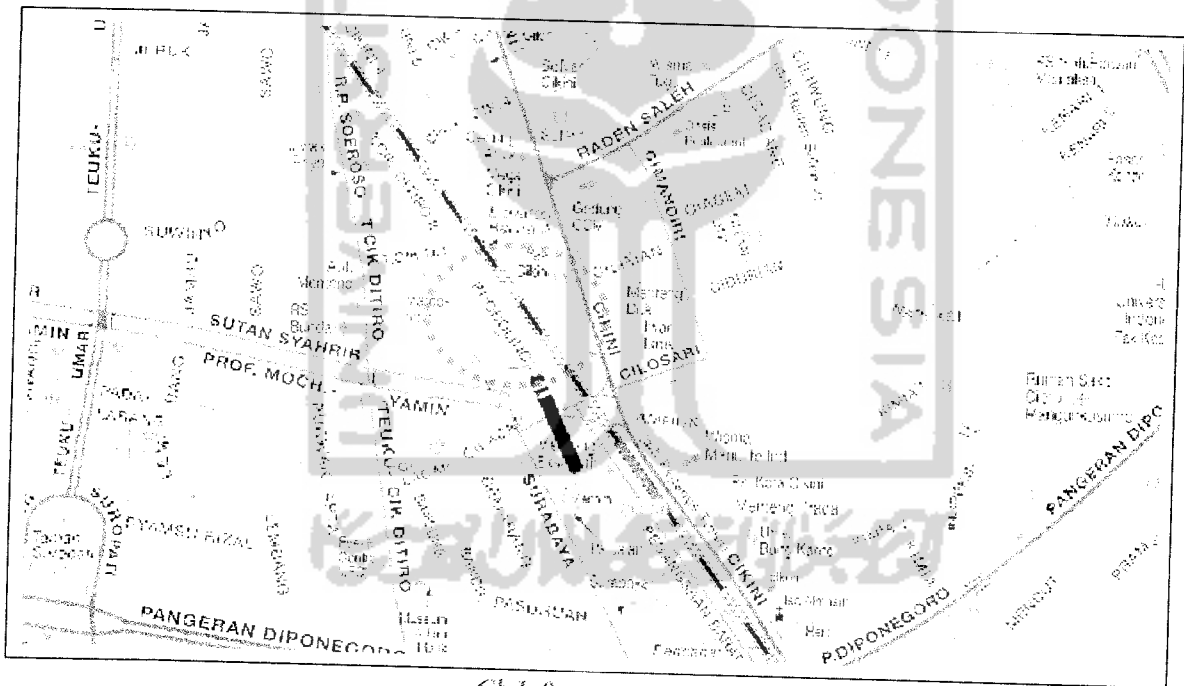




Gb 1.6  
Peta D.I.Jakarta  
Sumber : internet



Gb 1.7  
Peta Kec. Menteng  
Sumber : internet



Gb 1.8  
Peta Kawasan Menteng  
Sumber : Internet

### 1.3.5 Lokasi site

Lokasi terpilih adalah di Jl.Purbolinggo no.1, Kecamatan Menteng Jakarta Pusat. Dengan luas site 15.000 m2.

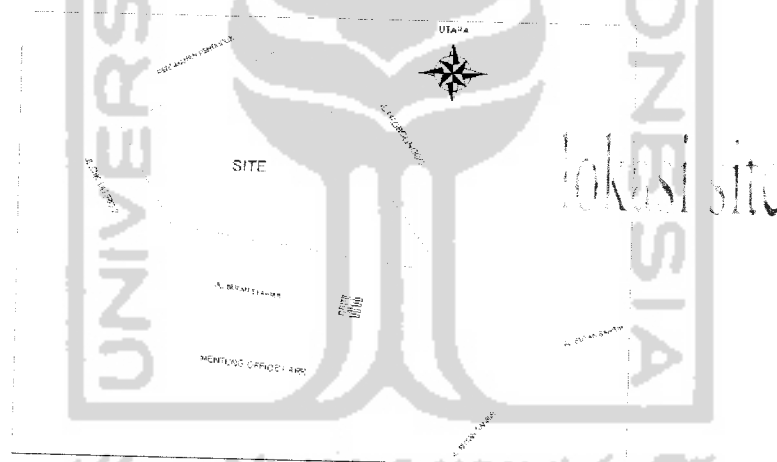
Batas-batasnya, antara lain :

Batas-batas kawasan :

- Sebelah utara : Kebon Sirih
- Sebelah barat : Kec.Tanah Abang
- Sebelah selatan : Kec.Setiabudi, Jakarta Selatan
- Sebelah timur : Cikini , Pegangsaan

Batas-batas site :

- Sebelah utara : kantor, perumahan penduduk
- Sebelah barat : kios-kios kerajinan tangan dan seni
- Sebelah selatan : Menteng Office Park
- Sebelah timur : jalur kereta api layang, Residen Aquilina



Gib 1.9  
Peta lokasi site

## 1.4 SPESIFIKASI UMUM PROYEK

### 1.4.1 Fungsi Bangunan

Adapun fungsi Jakarta Youth Fashion adalah sebagai berikut :

1. Sebagai tempat berbelanja dan jalan-jalan (hunting) bagi remaja.

2. Sebagai tempat peragaan busana remaja.
3. Sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi bagi remaja.

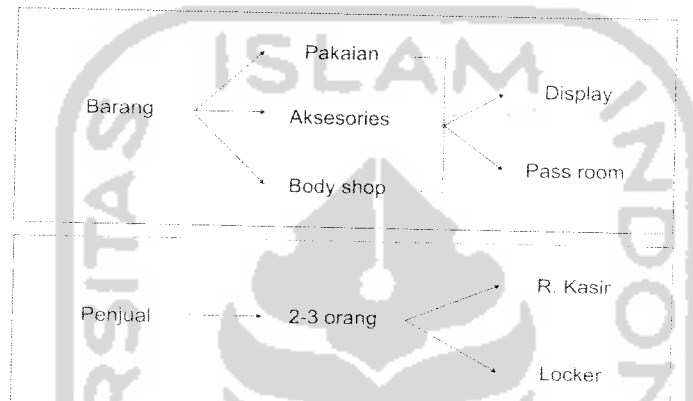
### 1.4.2 Fasilitas bangunan

Fasilitas bangunan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Fasilitas kegiatan komersial

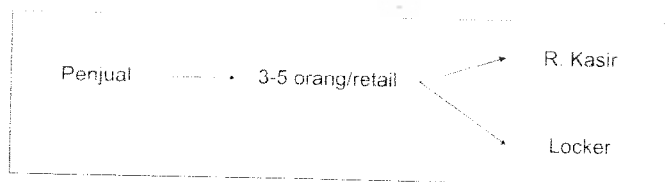
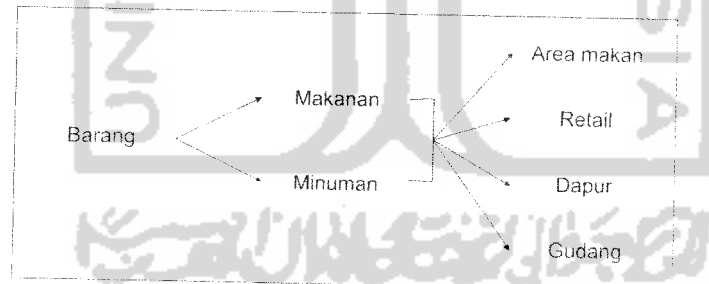
Kegiatan komersial yang utama adalah pemasaran produk fashion dan aksesoris. Adapun kegiatan komersial berupa :

- Retail-retail butik dan aksesoris



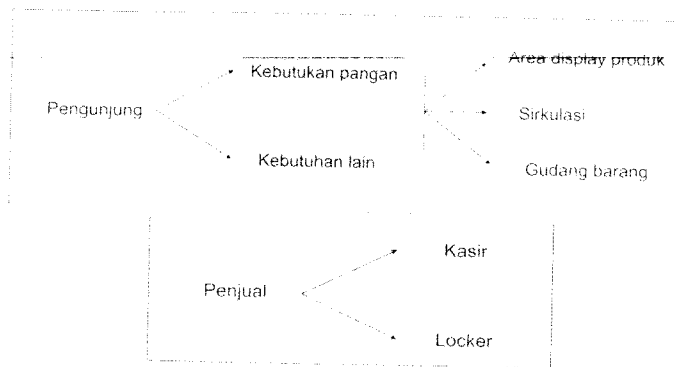
Gb.1.10  
Fasilitas Fashion retail  
Sumber : analisis

- Food court



Gb.1.11  
Fasilitas Food court  
Sumber : analisis

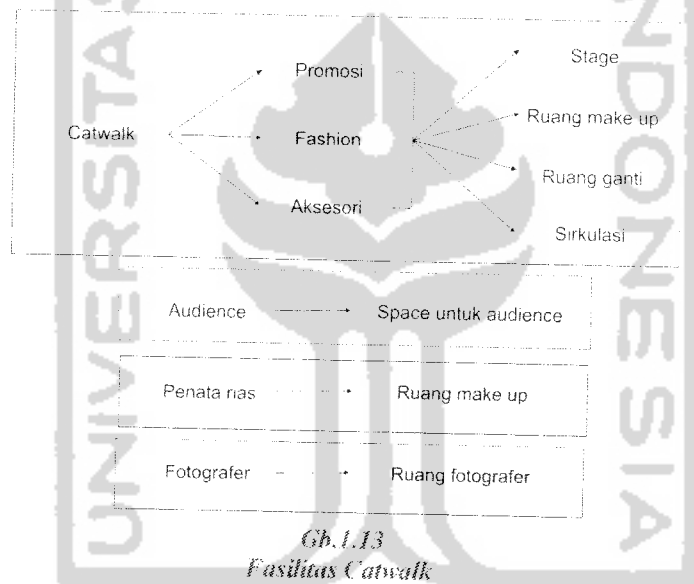
- Supermarket



Gb.1.12  
 Fasilitas Supermarket  
 Sumber : analisis

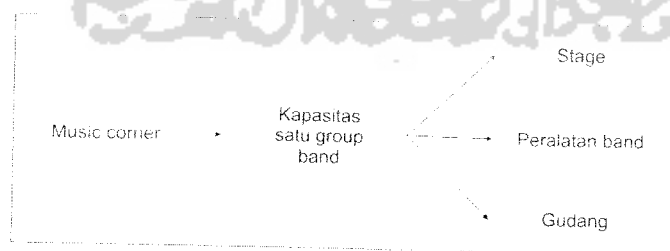
2. Fasilitas Hiburan

- Catwalk



Gb.1.13  
 Fasilitas Catwalk  
 Sumber : analisis

- Music corner

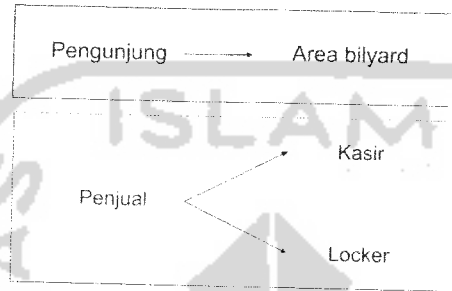
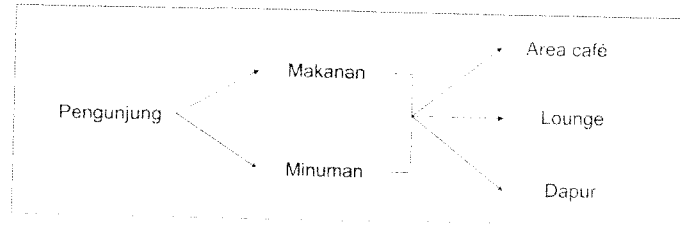


Gb.1.14  
 Fasilitas Music corner  
 Sumber : analisis

3. Fasilitas pendukung

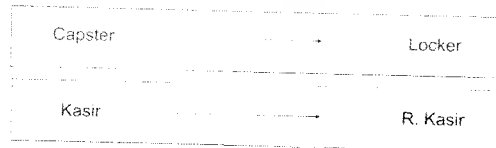
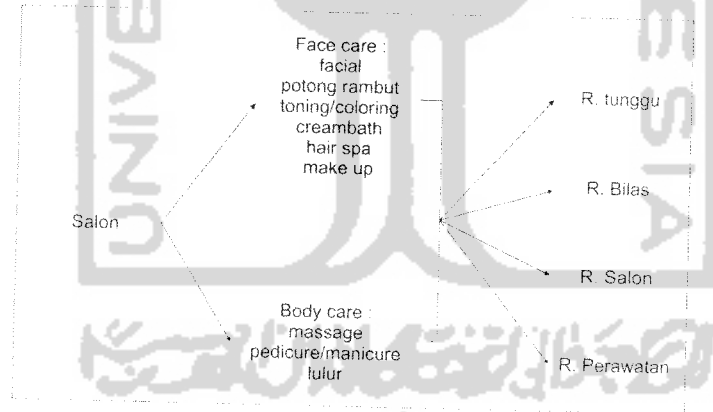
Fasilitas pendukung antara lain :

- Cafe and lounge corner



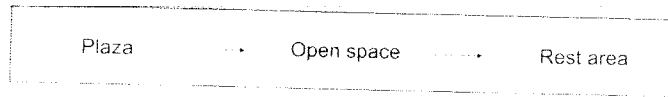
Gb.1.15  
Fasilitas Cafe & Lounge  
Sumber : analisis

- Salon kecantikan



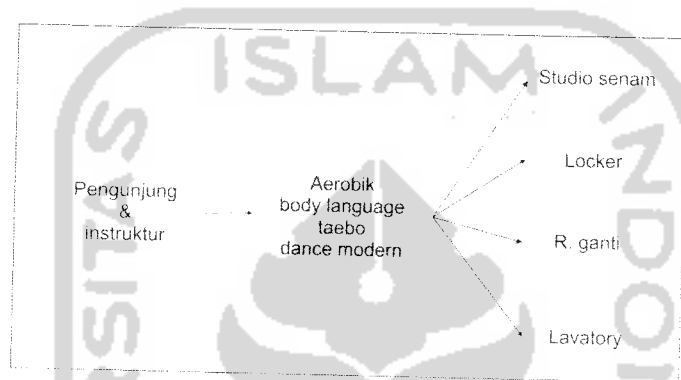
Gb.1.16  
Fasilitas Salon Kecantikan  
Sumber : analisis

- Plaza



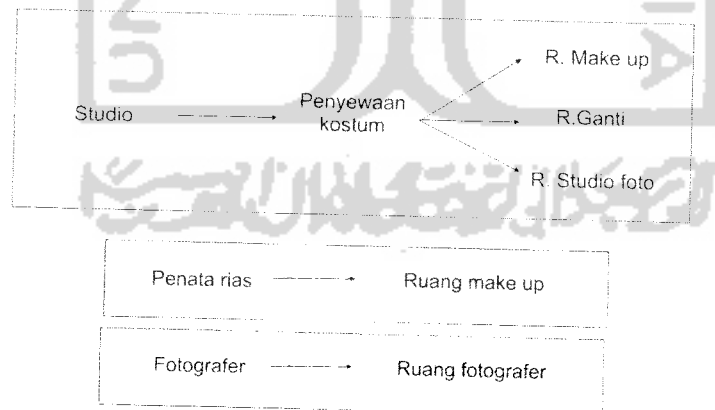
Gb.1.17  
Fasilitas Plaza  
Sumber : analisis

- Gymnastic



Gb.1.18  
Fasilitas Gymnastic  
Sumber : analisis

- Studio foto



Gb.1.19  
Fasilitas Studio Foto  
Sumber : analisis

#### 4. Fasilitas kegiatan pelengkap

Kegiatan pelengkap adalah kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan pengelola dan servis.

Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain :

- Kantor pengelola
- Ruang administrasi
- Parkir area
- Lavatory dan MEE
- Security
- Gudang

#### 1.4.3 Profil Pengguna Bangunan

Secara umum pengguna dan pelaku Youth Fashion Centre antara lain :

##### 1. Pengunjung

Pengunjung adalah pihak yang menjadi sasaran market, sasarannya adalah :

- Remaja berusia 13 – 21 tahun. Dimana pada umumnya mereka datang secara bersama-sama atau bergerombol.
- Pengunjung pelanggan yang sifat kedatangannya adalah continue dan berkala untuk menghabiskan waktunya di salon kecantikan maupun untuk kepentingan fashion show/peragaan busana (entertainment).
- Pengunjung cafe, lounge dan coffee shop yang sifat kedatangannya adalah untuk interaksi non formal.

##### 2. Pengelola

Pengelola merupakan pihak yang bertugas mengelola segala kegiatan dan aktifitas didalam dan luar bangunan, serta bertanggung jawab penuh atas kelangsungannya.

Pengelola dibagi menjadi 2 yakni :

1. Pengelola pasif (kantor)

- marketing
- administrasi

2. Pengelola aktif

- penata counter
- cleaning service
- waitress
- satpam
- kepster
- kasir
- fotografer

3. Distributor dan barang

Baik itu berupa barang untuk fashion, retail, salon, maupun makanan & minuman untuk food court dan cafe.

## 1.5 PERMASALAHAN

### 1.5.1 Permasalahan Umum

- Belum tersedianya tempat perbelanjaan khusus bagi kaum remaja yang hanya mengacu pada fashion/mode remaja saja.

### 1.5.2 Permasalahan Khusus

- Bagaimana menciptakan suasana ruang yang unik dalam sebuah fashion shop dengan menggunakan konsep *street pedestrian* yang difungsikan sebagai bangunan.

## 1.6 TUJUAN DAN SASARAN

### a. Tujuan

Merencanakan dan merancang Fashion Shop yang unik sebagai wadah kegiatan entertaint bagi kaum remaja yang mampu memfasilitasi kegiatan fashion serta kegiatan lain sebagai pendukungnya.



b. Sasaran

Bidang arsitektural :

- Mendapatkan aspek kajian desain bangunan melalui perancangan tata ruang luar dan interior bangunan dengan mentransformasikan karakteristik *street pedestrian*.

## 1.7 METODE PENGUMPULAN DATA

### 1.7.1 Tahap Pencarian data

1. Survey lapangan.

Survey lapangan dilakukan untuk mendapatkan data-data secara langsung melalui pengamatan langsung terhadap kondisi tapak dan lingkungan sekitar.

2. Studi Literatur.

Mengumpulkan data-data dan informasi tentang fashion shop melalui buku-buku referensi, artikel, majalah dan internet. Mempelajari berbagai teori untuk mendapatkan data sekunder yang berkaitan dengan fashion shop dan tugas akhir sebelumnya.

### 1.7.2 Tahap Analisis

Yaitu tahap penguraian dan pengkajian sebagai landasan pendekatan, perencanaan dan perancangan fashion shop dengan konsep :

Sebuah pusat perbelanjaan yang berangkat dari beberapa kawasan di kota-kota besar di dunia , yang akan mengadopsi suasana street mall pedestrian dan akan dirangkum menjadi suatu bangunan yang unik dan menyenangkan bagi para remaja.

### 1.7.3 Tahap sintesis

Merupakan tahap seleksi data yang akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dan dalam proses perancangan.



#### 1.7.4 Tahap perumusan konsep

Merupakan tahap penetapan keputusan data yang akan dipakai sebagai acuan dalam proses perancangan.

#### 1.7.5 Tahap perancangan

Merupakan tahap aplikasi dari data dan informasi yang dituangkan kedalam bentuk gambar teknis dengan penekanan pada penciptaan bentuk bangunan, ruang dalam dan luar.





## 1.8 KEASLIAN PENULISAN

1. Mia Jabeen, No Mhs 01512035, TA UII 2005

Fashion and Beauty centre. Penekanan pada Transformasi Metroseksual di Dunia Fashion dan Kecantikan pada Penataan Ruang dan Fasad bangunan.

2. Aditya Purno Nugroho, No Mhs 01512013,TA UII 2006

Sekolah Mode di Yogyakarta.Transformasi Karakter Fashion sebagai Konsep Perancangan.

3. David, UII,1999

Fashion Centre (pusat informasi mode) di Yogyakarta. Merancang fashion centre dengan konsep penggabungan bangunan arsitektur untuk pendidikan dan komersial.

4. Nur Setyaningtyas, No Mhs.98512159,TA UII 2004

Rumah Mode di Yogyakarta.Sebagai wadah pendidikan,informasi, promosi dan retail.

5. Wiwik Tri Widyastuti, No Mhs.99512034,TA UII 2005

Rumah Mode di Yogyakarta.Sebagai wadah kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif bagi pengunjung dengan pendekatan citra seorang model.

Keaslian penulisan ini disertakan untuk menghindari duplikasi dari penulisan tugas akhir sebelumnya. Tema yang diangkat dari penulisan tugas akhir ini adalah :

### JAKARTA YOUTH FASHION

*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
("Street as Building")*

## KERANGKA POLA PIKIR

### IDENTIFIKAS PERMASALAHAN

1. Potensi kota Jakarta sebagai kawasan komersial di Indonesia
2. Antusias kaum remaja yang *fashionable* di kota Jakarta
3. Belum adanya suatu wadah kegiatan fashion khusus kaum remaja

### PERMASALAHAN

1. **Umum**  
Belum tersedianya tempat perbelanjaan khusus bagi kaum remaja yang menekankan pada fashion/mode remaja saja.
2. **Khusus**  
Bagaimana menciptakan suasana ruang yang unik dalam sebuah fashion shop dengan menggunakan konsep "*street pedestrian*" yang difungsikan sebagai bangunan.

**TINJAUAN FAKTUAL**  
Tinjauan Fashion Shop

**TINJAUAN TEORITIKAL**  
Tinjauan karakter konsep street

- ANALISA**
1. Penentuan lokasi dan site
  2. Kebutuhan ruang
  3. Pola Pelaku Kegiatan
  4. Besaran Ruang
  5. Analisa bentuk penampilan bangunan dengan pendekatan karakter konsep street

**KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

**TRANSFORMASI DESIGN**

ANALISA & PERENCANAAN

Gbl.20 Kerangka pola pikir  
Sumber : Analisis



# JAKARTA Youth fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(Street as Building)



## BAB II TINJAUAN KONSEP DAN TEORI

## BAB II

## TINJAUAN KONSEP DAN TEORI

## JAKARTA YOUTH FASHION

*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan ("Street as Building")*

**2.1. Tinjauan Pedestrian Mall****2.1.1. Perkembangan Pedestrian Mall**

Dalam perkembangan pedestrian mall, terdapat 3 type mall, yaitu full mall, transit mall, dan semimall. Ketiganya memiliki keleluasaan variasi dalam desainnya.

**1. Full Mall**

Full mall dikembangkan dengan cara menutup sebuah jalan untuk waktu yang lama dan digunakan sebagai lalu lintas kendaraan dengan mengembangkan jalan setapak/pedestrian di sepanjang plaza, antara lain adanya desain paving yang baru, penghijauan, street furnishings, patung dan air mancur. Full mall harus dapat menyediakan kontinuitas pandangan visual dengan karakter khusus dan membantu menciptakan image dan rasa terhadap kawasan.

**2. Transit Mall**

Transit mall atau tempat pemberhentian sementara dikembangkan dengan memindahkan jalur kendaraan pada jalan utama dan hanya digunakan untuk memenuhi transit umum seperti bus dan taksi atau kereta pada area ini. Di jalan ini kemudian dikembangkan retail-retail atau koridor di sepanjang jalan, dan tidak diperbolehkannya parkir di sepanjang jalan.

Jalan setapak yang luas dengan desain yang khusus pada jalan serta cara penanganan(perawatannya) diharapkan dapat menyediakan tempat untuk menciptakan suatu image yang unik bagi pusat kota. Transit mall biasanya berhubungan dengan aktivitas disepanjang jalan, termasuk retail, kantor, hotel, sarana hiburan dan perumahan.

## 2. Semi Mall

Pada semimall kuantitas dari lalu lintas dan parkir dikurangi/tidak banyak. Dengan memperluas area pedestrian dapat mengakibatkan harga barang menjadi naik/tinggi. Pengembangan lainnya dengan desain paving baru, penghijauan, street funishing seperti kursi taman, lampu dan fasilitas lainnya. Semua itu harus dapat menyediakan kontinuitas visual, memperkuat karakter jalan, dan menciptakan sebuah image baru pada kota. Semimall berlokasi pada jalan utama yang di kanan kirinya terdapat retail-retail.

### 2.1.2. Pandangan Street (Jalan) Dalam Sebuah Kota

Sebuah pandangan yang ditekankan dalam sebuah kota yakni melalui adanya pola-pola yang terencana yang diciptakan untuk membangun suatu tempat yang menguntungkan di sepanjang jalan dan bangunan. Bentuk sebuah kota dapat terwakilkan dengan adanya space (ruang), street (jalan), dan building (bangunan) yang terpola.

Fungsi umum street, antara lain :

- Lalu lintas bagi pejalan kaki.
- Interaksi sosial
- Sebagai suatu identitas
- Sebagai ruang pembeda atau pembatas dari ruang lainnya.

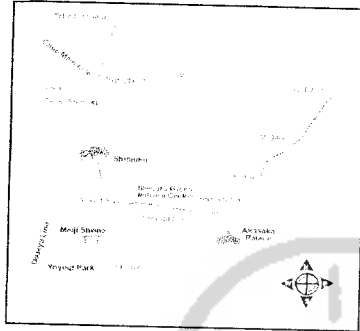
## 2.2 Tinjauan "Street" Dalam Pusat Perbelanjaan

### 2.2.1. Distrik Harajuku (Jepang)

*Harajuku* adalah sebuah Distrik di Jepang dan merupakan pusat perbelanjaan kaum urban Tokyo. Kawasan ini menjadi tempat berkumpulnya orang muda Jepang. Tiap hari Minggu, banyak kelompok anak-anak muda Jepang menyebar di sepanjang distrik Harajuku - Omotesando. Mereka berkumpul untuk mengekspresikan diri dengan berbagai dandanan bergaya *gothiLoli*, *punk*, *bikers*, dan sebagainya. Harajuku Style merupakan gaya berpakaian anak muda

Jepang yang tidak mengenal aturan atau sistem tertentu, pola pikir fashionnya tidak mau terikat dengan aturan tertentu.

Jika berbicara *Harajuku*, maka tidak akan lepas dari seputar kawasan *Yoyogi Park*, pusat perbelanjaan di *Omotesando* dan *Takeshita-dori*.



Gb.2.1  
*Harajuku Map*  
Sumber : Internet



Gb.2.2  
*Tokyo-Harajuku*  
Sumber : Internet

#### 2.2.1.1. Harajuku Bridge to Yoyogi Park

Jalur ini merupakan salah satu rangkaian dari Harajuku Youth Culture. Jalur ini dipenuhi oleh kaum muda Jepang dengan style berpakaian Gothic Lolita atau GothLoli. Pakaian yang mereka kenakan sangat bebas dan ekspresif. Banyak turis menyaksikan dan mengabadikan gambar mereka. Tak jarang pula kaum muda Jepang yang pergi ke kawasan ini berharap dapat dipotret oleh photographer sebuah majalah dan para turis yang berada di sana.



Gb.2.3  
*Harajuku Style*  
Sumber : Internet

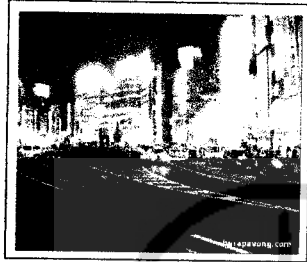


Gb. 2.4  
View from stasiun Yoyogi Aoyama District  
Sumber : Internet

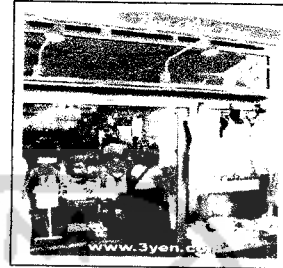
#### 2.2.1.2. Takeshita-Dori



Kawasan Takeshita-dori letaknya bersebelahan dari Harajuku Station. Takeshita-dori merupakan sebuah jalan/lorong yang selalu dipenuhi oleh kaum remaja modern di Jepang. Kawasan ini dipenuhi oleh fashion butik, pertunjukan dan cafe.



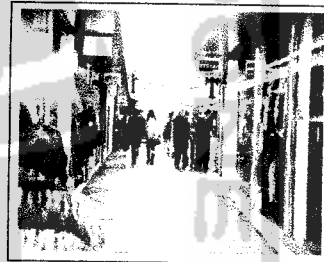
*Gb.2.5  
District of Takeshita street  
Sumber : Internet*



*Gb.2.6  
Tokyo-Harajuku Takeshita  
Sumber : Internet*



*Gb.2.7  
Takeshita street  
Sumber : Internet*



*Gb.2.8  
Harajuku Shopping street  
Sumber : Internet*

### **2.2.1.3 Omotesando**

Pada bagian selatan harajuku station, terdapat kawasan Omotesandō. Kawasan ini merupakan sisi yang lain dari pertunjukan harajuku, kawasan ini terkenal dengan sebutan Shibuya dan Ginza. Tidak hanya jalan-jalannya yang dipenuhi dengan café serta butik pakaian bermerk internasional, tapi kawasan ini menunjukkan pasar bagi kalangan atas yaitu Omotesando Hills. Omotesando Shopping meliputi :

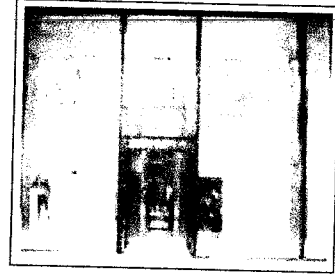
- Condomania.



Gb.2.9  
GAP Clothing  
Sumber : Internet



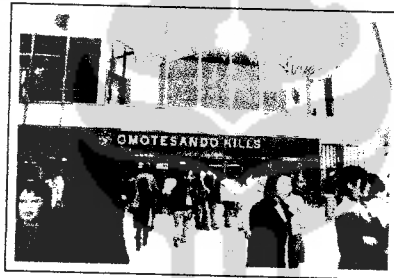
Gb.2.10  
Ralph Laurent  
Sumber : Internet



Gb.2.11  
Louis Vuitton  
Sumber : Internet

- Kiddy Land

Kiddy Land adalah pusat perbelanjaan khusus boneka dan game elektronik dengan merk terkenal seperti Barbie dan Disney.



Gb.2.12  
Omotesando Hills  
Sumber : Internet

Jika Paris atau Milan adalah pusat dunia untuk fashion desain, maka Omotesando adalah pusat konsumsi dan displaynya. Tidak ada barang murah yang diperdagangkan disini.

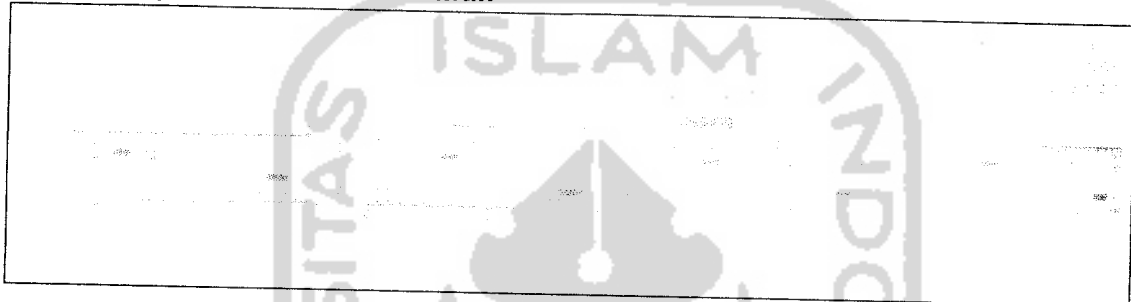
### 2.2.2. Niccolet Mall, Minneapolis

Strategi :

1. Membuat kombinasi yang unik, tidak tersedia ditempat lain.
2. Menyediakan fasilitas nonretail seperti restoran, hiburan, public space, streetscape dan special event.

3. Menyediakan akses yang mudah, transit bagi mobil, parkir dan pejalan kaki.
4. Mengembangkan seni yang kreatif, yakni penggunaan open space dan streetscape untuk menguatkan image mall.
5. Membuat lingkungan yang santai, mall sebagai fokusnya. Non retail dan retail bergabung untuk memberikan suasana yang menarik untuk area tersebut.

#### 2.2.2.1. Typikal Plan Nicollet Mall



Gb.2.13

*Typikal layout plan*

*Sumber : Pedestrian Malls, Streetscape, and Urban Spaces, Harvey Rubenstein*



SKYWAY IN NICOLLET MALL

#### 2.2.2.2. Pergerakan Pedestrian

- Sistem dari pejalan kaki juga menggunakan skyway yang dibuat untuk mendukung aktivitas retail yang ada nyaman dalam segala suasana

(musim) dan mudah dipahami pengunjung dan para pembeli, yang dapat diwujudkan melalui :

1. Renovasi street
2. Mengembangkan akses dari jalan ke skyway dengan membuat koneksi yang mudah dan nyata.
3. Mengembangkan skyway.

### **2.2.2.3. Transit Kendaraan**

Mall didesain dengan eksklusif tanpa adanya lalu lintas kendaraan yang masuk dengan cara :

1. Membuat mall tujuan (destination), yang membawa orang ke tempat itu.
2. Meminimalkan efek negatif seperti kebisingan dan udara panas.
3. Membuat transit untuk pengguna
4. Membantu pergerakan pencapaian ke semua retail.

### **2.2.3. Captain's Walk, New London, Connecticut**

Captain's Walk adalah sebuah Mall yang berlokasi pada pusat kota, di State Street New London, Connecticut.



Gb.2.14

Typikal layout plan

Sumber : *Pedestrian Malls, Streetscape, and Urban Spaces*, Harvey Rubenstein

### 2.2.3.1. Pengembangan Desain

Konsep mall mencakup desain pedestrian, sistem sirkulasi vehicular, lokasi parkir, akses service, panggung, dan pengembangan lingkungan. Kombinasi semimal dan full mall dipilih sebagai pilihan tepat dari seting fisiknya. Sasaran desain dibuat sebagai bentuk baru untuk memberikan kejutan visual dan identitas baru sebuah kota.

Disisi lain, State Street mempunyai kualitas yang tinggi terhadap pusat perbelanjaan, bank, finansial service, dimana keberadaan mall sebagai pelengkap didalamnya dan dapat diperkuat dengan adanya fasilitas-fasilitas diatas. Pada tahun 1970, sebuah agency dan pemerintah setempat menyediakan 406 space parkir dan jembatan pedestrian khusus yang mengarah secara langsung ke Captain's Walk. Pada tahun 1973, adanya penambahan space parkir di bagian bawah (basement) sebanyak 550 mobil.

Perencanaan kembali dimulai pada tahun 1988 ketika full mall tidak lagi bernilai ekonomi yang tinggi, dan menghadapi persaingan dengan Crystal Mall yang dibuka pada tahun 1985 yang terletak tidak begitu jauh dari Captain's Walk, yakni di Waterford.

### 2.2.3.2. Desain Khusus

#### a. Paving

Batu granit dan paving berwarna merah di pilih sebagai aksent di sidewalk area. Sidewalk area tidak terlalu lebar dan di area ini tidak disediakan area duduk (sitting areas).

#### b. Tanaman

Blok yang terdapat antara Washington dan Huntington mempunyai pohon peneduh sepanjang jalan dan parkir paralel yang terletak bersebelahan dengan area ini.

#### c. Lampu malam

Lampu penerang jalan yang dipakai pada malam hari, desainnya mempunyai ketinggian 35 kaki dengan bentuk lampu seperti globe transparan, daya lampu 100 Watt.

d. Pelengkap lainnya

Pembatas jalan terbuat dari besi yang dicat hitam, berfungsi sebagai pembatas di persimpangan jalan dan bangunan.

#### **2.2.4. Wyoming Avenue Plaza, Scranton Pennsylvania**

Mall direncanakan sebagai fasilitas pedestrian disepanjang Wyoming Avenue dimana terdapat dua Department Store utama di kota tersebut. Mall tersebut memiliki panjang 650 kaki dan lebar 100 kaki dan terletak diantara 2 bangunan. Wyoming avenue merupakan jalan 2 arah yang mempunyai 4 jalur lalu lintas, dan mempunyai 2 arah parkir. Diakhir konsep semimall, area parkir dihilangkan dengan mempersempit jalan tersebut dari 62 kaki menjadi 40 kaki.

Hal ini dilakukan untuk memperluas pedestrian dan amenities jalan. Pedestrian dilengkapi dengan menara jam, area bermain anak penerangan jalan serta perlengkapan jalan lainnya.

##### **2.2.4.1. Pengembangan Strategi pasar**

Dipilih lokasi disitu karena merupakan salah satu pusat bisnis terpenting di kota itu. dua departemen store, bank, restaurant, shopping area, dan beberapa kantor.

#### **2.3. Skyway , Skywalk, Catwalk**

Pada umumnya, didalam sebuah kota skyway, catwalk, dan skywalk menghubungkan antara dua buah bangunan. Fungsi dari skyway, catwalk, dan skywalk itu sendiri adalah untuk melindungi pejalan kaki dari cuaca.

### 1. Skyway

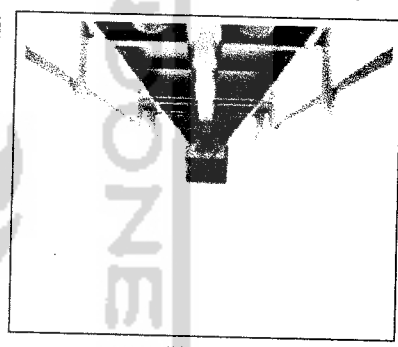
Pada umumnya skyway dipakai untuk kepentingan bisnis. Ruang didalam bangunan yang dihubungkan skyway selalu dijadikan retail - retail bisnis, jadi area sekitar skyway difungsikan sebagai tempat belanja. Skyway dapat pula bersifat non-komersial, misalnya pada University Building, yang menggunakan skyway sebagai penghubung antar blok bangunan.



Gb.2.15  
Minneapolis Skyway

### 2. Skywalk

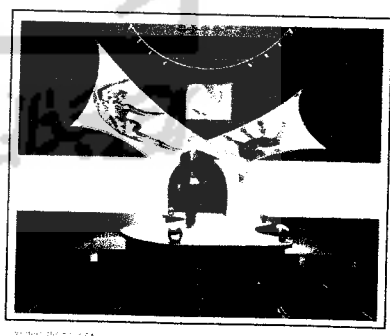
Dalam skala yang kecil, terminal dan airport juga selalu dihubungkan dengan skywalk sistem, misalnya di Manchester Airport. Di samping kenyamanan dan keselamatan para pejalan kaki dan pertimbangan pemerintah dan perencana berkenaan dengan kota untuk skywalk adalah untuk pengurangan lalu lintas yang macet, pengurangan polusi udara berkenaan dengan kendaraan dan suara gaduh dari kendaraan.



Gb.2.16  
Sky bridge on the 41st floor of  
The Petronas Twin Tower

### 3. Catwalk

Catwalk dalam artian fashion lebih mengarah pada display stage yang digunakan sebagai pengarah visual manusia pada sebuah objek tertentu. Dalam pandangan arsitektural, catwalk mempunyai arti yang cukup luas, yakni sebuah dimensi ruang yang mempunyai fungsi bukan hanya sebagai pandangan visual semata namun



Gb.2.17  
Catwalk

fungsinya hampir sama dengan skyway dan skywalk namun lebih kepada spesifikasi bentuk, dan kegunaannya.

## **2.4. Tinjauan Khusus Remaja**

### **2.4.1. Pendekatan Remaja**

*Youth (muda)* adalah tahapan tertentu dari perkembangan manusia yang belum sampai setengah umur. *Youth (muda)* sering diartikan dalam kehidupan sehari-hari dengan sebutan remaja. Istilah remaja mempunyai makna konotasi yang bermacam - macam. Secara umum remaja dianggap sebagai suatu individu atau kelompok yang sedang dalam masa peralihan dari masa kanak-kanak memasuki kehidupan dewasa dan biasanya diikuti dengan perubahan yang cepat pada jasmani, emosi, sosial dan akhlak. Jika ditinjau dari segi usia maka batasan remaja adalah kelompok manusia yang berusia diatas 13 tahun dan di bawah 21 tahun. Dengan maraknya gaya hidup modern, kehidupan remaja seakan-akan tidak luput dari gaya hidup tersebut. Gaya serta perilaku tersebut, antara lain :

- a. Peduli penampilan
- b. Kreatifitas tinggi
- c. Kebebasan
- d. Keingintahuan
- e. Senang berkumpul dalam suatu komunitas tertentu dan bergerombol

### **2.4.2. Konsep "Street as Building" Dikaitkan Dengan Perilaku Remaja**

Konsep bangunan yang dipakai adalah street (jalan). Jika street (jalan) dikaitkan dengan pola perilaku remaja akan menghasilkan suatu street (jalan) dan bangunan yang mempunyai pola unik dan khas sesuai dengan sifat serta karakteristik pola perilaku remaja.

Konsep yang diwakilkan, antara lain :

1. Safe (aman)



Safe (aman) menurut pendekatan sifat remaja yang dinamis, aktif, berjiwa petualang dan menyukai hal - hal baru yakni dengan menghadirkan jalur sirkulasi atau jalan yang mempunyai banyak alternatif jalan, sehingga tidak meminimalisir adanya persimpangan jalan (intersection). Dengan adanya alternatif jalan, para pengunjung remaja mempunyai pilihan jalan untuk menuju ke tempat yang diinginkan, jika terjadi keramaian pada titik tertentu.

2. Comfortable (nyaman)

Comfortable (nyaman) menurut pendekatan sifat remaja yang suka menonjolkan diri (memamerkan diri) yakni dengan menghadirkan beberapa material pada bangunan yang bersifat transparan, namun dengan tidak mengurangi nilai kenyamanan dalam berjalan. .

3. Pleasant (menyenangkan)

Pleasant (menyenangkan) menurut pendekatan sifat remaja yang menyukai hal - hal baru, dan menyukai kebebasan, yakni dengan menghadirkan sensasi menyenangkan pada setiap jalur pergerakan sirkulasi dengan cara membuat jalur sirkulasi yang tidak monoton dan membosankan. Hal ini dapat diatasi dengan adanya pola sirkulasi yang tidak kaku dan permainan level ketinggian sirkulasi dengan cara bertumpuk ataupun berputar pada level - level tertentu.

4. Sequential view (pemandangan yang menarik)

Menurut pendekatan sifat remaja yang menyukai ketidakmonotonan, jika dikaitkan dengan sequential view adalah dengan menghadirkan adanya transisi dari suatu tempat ke tempat lain dengan tidak meninggalkan konsep yang ada, misalnya transisi dari suatu ruang terbuka ke ruang tertutup, sehingga menghasilkan pemandangan yang berbeda dan rasa yang berbeda pada setiap titik.

## 2.5. Tinjauan Komersial

Kajian tentang konsep dan prinsip komersial bangunan bertujuan untuk memberikan arahan dan acuan terhadap rancangan fashion shop yang mengacu pada prinsip nilai komersial bangunan sehingga hasil akhir dari desain selaras dengan konsep yang dibuat.

### 2.5.1. Pendekatan Komersial

Secara umum kegiatan komersial adalah kegiatan perniagaan, pembelian, atau penjualan barang-barang dan penyediaan jasa. Fasilitas komersial meliputi sarana dan prasarana dalam melakukan kegiatan komersial.

Adapun sifat dari kegiatan komersial adalah selalu berorientasi pada perolehan keuntungan (profit). Karakter dari kegiatan komersial harus dapat ditangkap oleh konsumen dengan mudah, sehingga segala penampilannya harus bersifat "eyecatching" (sedap dipandang mata).

Hal yang harus diperhatikan dalam sebuah fasilitas komersial antara lain :

- Tertangkap oleh mata target market  
Target market adalah kaum remaja dimana karakter dan sifat remaja pada umumnya menyukai hal-hal baru yang bersifat menyenangkan (fun). Sehingga bentuk bangunan maupun penampilan bangunan haruslah yang mempunyai sifat seperti diatas.
- Identitas bangunan yang jelas dan memuaskan  
Hal tersebut dibutuhkan untuk menjadikan bangunan tersebut menjadi suatu simbol dari kaum remaja, sehingga kaum remaja merasa bangunan tersebut menggambarkan tentang dirinya.
- Display barang yang menarik  
Pen-display-an barang ikut menjadi penentu keberhasilan pasar, dimana semuanya itu harus disesuaikan dengan karakter dari target market yakni kaum remaja.

### 2.5.2. Aktivitas Pusat Perbelanjaan

Aktivitas pengunjung suatu pusat perbelanjaan merupakan kunci parameter bagi pusat perbelanjaan. Dimana dapat dianalisa seberapa jauh pusat perbelanjaan dapat berpengaruh bagi pengunjungnya, serta bentuk aktivitas seperti apa yang dapat menarik perhatian pengunjung yang pada akhirnya dapat memberikan kesan khusus bagi pengunjung. Tiga motivasi pengunjung dalam memilih pusat perbelanjaan, yaitu :

1. Penawaran khusus

Penawaran khusus dapat berupa ide-ide kreatif, baik tempat maupun cara penyajiannya (display).

2. Harapan pemenuhan terhadap suatu kebutuhan.

Yakni suatu tempat yang dapat dijadikan sebagai tempat pemenuhan kebutuhan, dan dapat dijadikan tempat impian bagi pengunjung.

3. Security (keamanan)

Adanya jaminan keamanan didalamnya membuat pengunjung merasa aman dan nyaman dalam berbelanja.

### 2.5.3. Aktivitas Potensial Pusat Perbelanjaan, meliputi :

1. Berbelanja (Shopping)

Berbelanja dapat dilihat dari dua sisi, yaitu:

- Sebagai aktivitas utama

Sebagai aktivitas yang benar-benar menjadi tujuan kita, misalnya belanja untuk memenuhi kebutuhan hidup.

- Sebagai aktivitas kedua

Banyak orang pergi kesuatu tempat hanya untuk berjalan-jalan, dan ketika ia melihat sesuatu yang menarik dan lucu disela-sela perjalanannya, ia akan membeli barang tersebut.

Menurut penelitian, pengunjung lebih banyak melakukan aktivitas belanja sebagai aktivitas kedua.

2. **Hunting / Sightseeing (berjalan-jalan)**

Hunting merupakan aktifitas jalan-jalan serta melihat tempat-tempat yang menarik, namun tidak terdapat tujuan yang jelas di tempat itu dan hanya bersifat refreshing semata. Setiap orang mempunyai motivasi hunting yang berbeda-beda, misalnya ingin mengetahui bagaimana tempat tujuannya, apakah menyenangkan atau tidak, untuk mengistirahatkan pikiran sementara, atau sekedar perjalanan untuk menuju tempat tersebut yang menyenangkan.

3. **Pertunjukan (atraksi)**

Pertunjukan adalah salah satu hal yang diminati oleh banyak orang, karena pertunjukan tidak bisa dinikmati pada setiap saat, namun hanya pada hari-hari tertentu saja.

4. **Peristiwa khusus (Events)**

Menurut tujuannya, events dikategorikan menjadi 2, yaitu:

- a. Sebagai aktivitas utama yang menghasilkan sesuatu, misalnya diadakan suatu acara untuk umum yang tujuannya telah direncanakan sebelumnya.
- b. Sebagai aktivitas kedua, misalnya sebuah toko menjual barang yang lebih banyak dan beragam atau mungkin lebih murah daripada biasanya untuk menarik para calon pembeli.

5. **Aktivitas outdoor**

Aktivitas di luar ruangan seperti berjalan dan bersepeda merupakan aktivitas yang menarik. Pemandangan alam sekitar dan pemandangan kota merupakan elemen penting dalam pendekatan sebuah kota.

6. **Kehidupan malam (Nightlife)**

Kehidupan malam sebagai aktifitas potensial yang selalu didominasi oleh pub dengan entertainment dan club.

#### 2.5.4. Trend Market Pusat Perbelanjaan

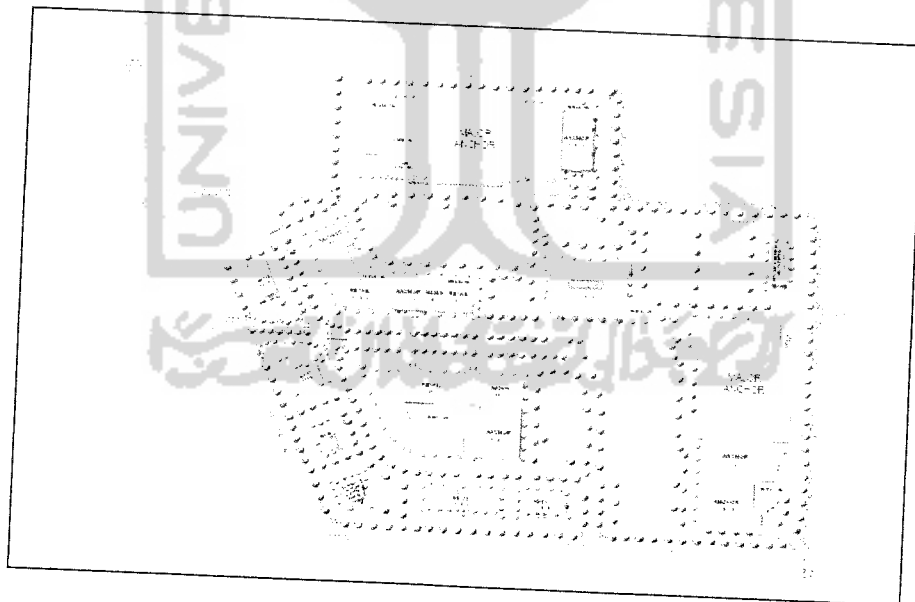
Kecenderungan sebuah tren dapat diidentifikasi melalui sebuah arus penjualan pasar. Unsur-unsur tersebut meliputi :

1. Populasi pada kelompok umur tertentu.
2. Kelas menengah keatas tumbuh sebagai komunitas yang dominan.
3. Tren yang mengarah pada jangka panjang.
4. Populasi dalam sebuah komunitas menjadi lebih baik dengan banyaknya orang yang berpendidikan.

#### 2.5.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan

##### 2.5.5.1. Pola (Layout) Mall

Pola mall sangat mempengaruhi keberhasilan dalam sebuah pusat perbelanjaan dari bermacam - macam pola yang ada, umumnya memakai pola konvensional yang sudah banyak dipakai dimana - mana. Karena target market adalah para remaja yang notabene sangat menyukai kebebasan dan petualangan maka konsep layout yang dibuat adalah organik untuk menghindari kejenuhan dan kebosanan.



Gb.2.18  
Westgate Shopping Mall

Konsep organis yang dibuat mengarah pada ketidak monotonan pola sirkulasi dengan mengacu street pedestrian yang tidak kaku, fleksibel dan asimetris. Hal ini disesuaikan pada karakteristik dan sifat remaja pada umumnya.

#### **2.5.5.2. Dimensi Mall**

Untuk dimensi mall, tidak ada kriteria mengenai ukuran panjang dan lebarnya. panjang mall dapat dipecahkan oleh square, courts, atau ruang terbuka lainnya. Ruang terbuka atau plaza tidak hanya berfungsi menampung fasilitas tempat duduk, tanaman dan sebagainya, tetapi juga dapat menampung peluberan pengunjung pada saat ramai, sehingga kemacetan dapat diatasi atau dihindari.

#### **2.5.5.3. Tata Letak Tenant (Area Jual Beli)**

Dengan memiliki double corridor maka diharapkan semua retail dapat terlewati oleh pengunjung sehingga semua lokasi memiliki nilai komersial yang sama. Penataan retail dan anchor yang baik akan mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata pada seluruh bagian mall.

Perletakan anchor tenant biasanya pada ujung ataupun pada pengakhiran koridor. Namun karena konsep mall yang dibuat dalam kasus ini adalah organis, maka perletakan anchor tenant ada yang diletakkan pada sisi-sisi koridor utama dan juga pada ujung koridor, untuk mendapatkan suasana mall yang rekreatif dan aktif.

#### **2.5.5.4. Pengertian Sirkulasi**

Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai pengikat ruang - ruang baik didalam maupun diluar bangunan agar menjadi saling terkait dan

berhubungan. Rancangan sirkulasi tidak semata - mata dapat berdiri sendiri dari rancangan ruang - ruang dan struktur bangunan yang dibentuk, tetapi secara terpadu dibuat dan dirancang dengan seluruh komponen - komponennya. Menurut Harvey M Rubenstein, *sirkulasi adalah lautan yang paling vital untuk menghubungkan beberapa tapak yang ada*. Untuk sirkulasi yang baik dapat diperhatikan keteraturan ekspresi keindahan dengan syarat - syarat, sebagai berikut :

1. Urut - urutan yang logis

Syarat ini bersifat psikis, jika dirancang dengan baik maka pengguna yang masuk tidak akan bingung, tetapi mereka seolah - olah dibimbing atau diberi kejelasan. Kejelasan dapat berupa garis, bentuk ruangan, ataupun unsur - unsur ruang.

2. Cukup terang

Untuk menunjang konsep mall yang menerus, unsur luar seperti langit, cahaya matahari dapat terlihat sehingga ruang mall seolah tak terbatas.

3. Aman dan nyaman

Syarat ini merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi agar para pengunjung merasa betah dan senang berada di dalam mall. Aman dan nyaman yang dimaksud adalah sirkulasi yang tidak membahayakan (misalnya tangga atau ramp yang terlalu curam) dan memberikan rasa kenyamanan ketika dilewati.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sirkulasi di dalam mall mempunyai peran yang sangat vital dalam mengendalikan dan mengarahkan arus pergerakan pengunjung. Sirkulasi yang baik dan menarik akan memberikan suatu pelayanan kepada pengunjung ketika melewati urutan pencapaian antar area.

### 2.5.5.5.Kecepatan Berjalan

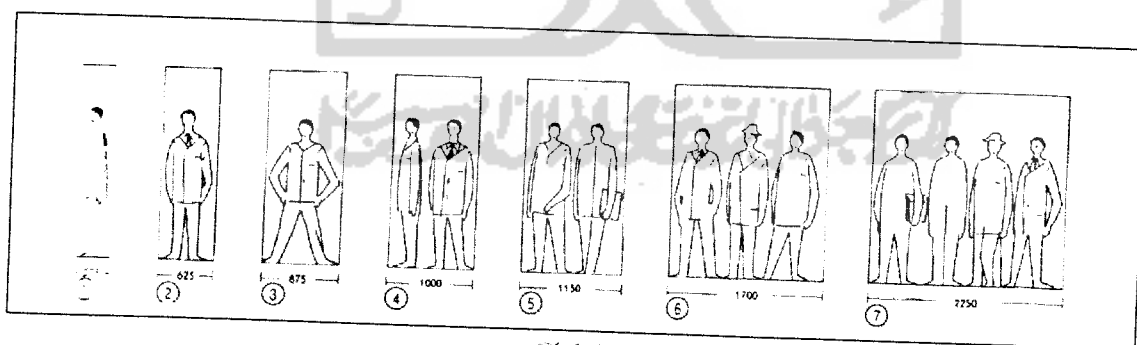
Menurut Data Arsitek Ernst Neufert, kecepatan pergerakan manusia dipengaruhi oleh :

- a. Maksud pejalan kaki
- b. Usia
- c. Jenis kelamin
- d. Berjalan sendiri atau berkelompok
- e. Suhu udara
- f. Membawa barang
- g. Kepadatan arus orang berjalan
- h. Kesesakan arus orang secara keseluruhan

Akan tetapi secara luas pengaruh dari luar sangat dominan dalam kaitannya dengan kecepatan pergerakan. Semakin banyak orang berjalan pada suatu area sirkulasi (kepadatan tinggi) maka kecepatan yang ditimbulkan oleh pejalan kaki tersebut akan semakin rendah. Rentang kecepatan bisa lebih kecil lagi jika kepadatan dan arus pejalan kaki bergerak kesatu arah.

### 2.5.5.6.Ukuran dan Kebutuhan Gerak

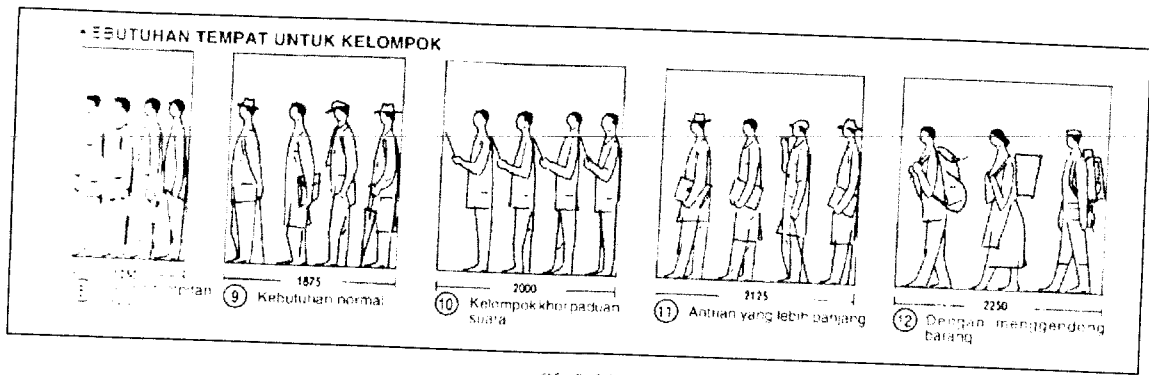
Dalam "Arsitek Data" Neufert terdapat standar ukuran dan kebutuhan ruang gerak untuk sirkulasi. Ruang gerak yang dibutuhkan seseorang dalam aktifitas sirkulasi tidaklah sama.



Gb.2.19

*Kebutuhan Ruang Gerak Antara Dinding Batas  
sumber : Ernst Neufert, Architect Data*

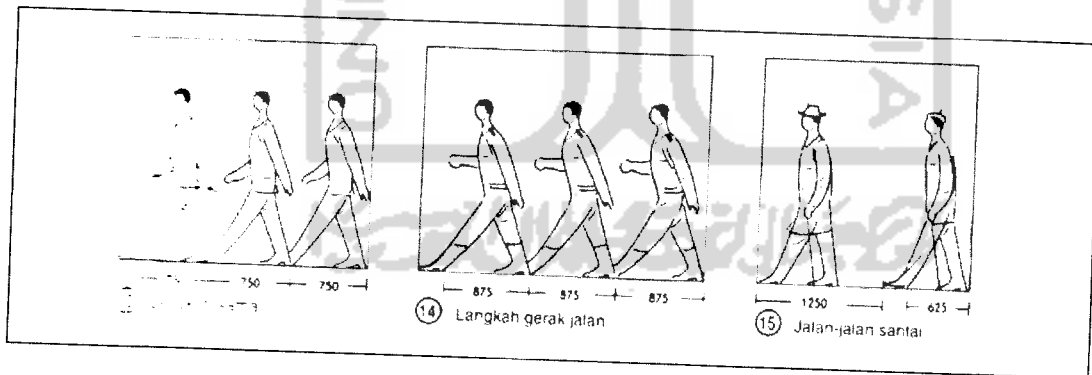




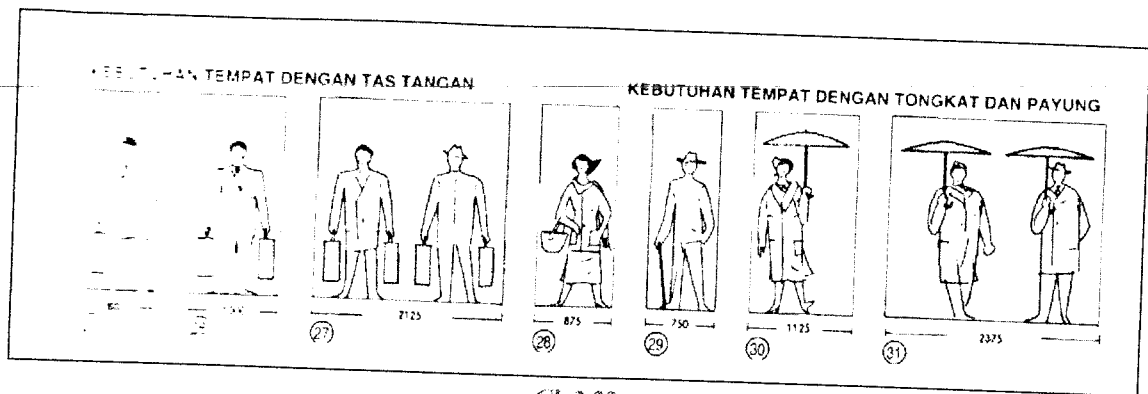
Gb.2.20  
 Kebutuhan Ruang Gerak Dalam Sekelompok Orang  
 sumber : Ernst Neufert, Architect Data

### 2.5.5.7. Dimensi Ruang Sirkulasi

Batas kondisi arus orang berjalan bebas kira – kira 3.3 orang/m. Pada kondisi yang lebih padat menyebabkan orang tidak dapat berjalan dengan kecepatan biasa atau tidak dapat mendahului orang yang berjalan lambat. kepadatan maksimal yang digunakan untuk merancang ruang sirkulasi adalah 1.4 orang/m. Dalam kondisi inipun orang masih berjalan dibawah kecepatan alami dan terkadang masih kurang nyaman untuk gerak yang pendek. Dengan koridor yang lebarnya lebih dari 1200 cm kapasitas arus orang akan proposional terhadap lebar tersebut. Dalam kondisi yang lebih sempit lagi, dua orang berpapasan tidak akan mendahului dengan mudah.



Gb.2.21  
 Kebutuhan Ruang Gerak Manusia Sambil Melangkah  
 sumber : Ernst Neufert, Architect Data



Gb.2.22  
Kebutuhan Ruang Gerak Untuk Jinjangan  
sumber : Ernst Neufert, Architect Data

### 2.5.5.8. Ukuran dan Kebutuhan Gerak

Bangunan mall sebagai bangunan komersial merupakan bangunan yang memiliki banyak ruangan dengan intensitas pemakaian yang didasari oleh waktu - waktu tertentu yaitu menurut jadwal jam sibuk, sehingga tingkat kepadatan dari waktu ke waktu tidaklah sama. Pola sirkulasi biasanya memiliki konfigurasi gerak linier dengan mengikuti pola pembentukan ruang - ruang pada retail, seperti selasar yang berada disisi ruangan retail atau koridor yang diapit oleh ruangan retail tersebut. Jalan - jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama untuk satu deretan ruang - ruang. Sebagai tambahan jalan dapat melengkung, berbelok ataupun membentuk kisaran (loop).

Bentuk sirkulasi suatu bangunan akan sangat beragam walaupun memiliki fungsi yang sama. bentuk sirkulasi tergantung pada :

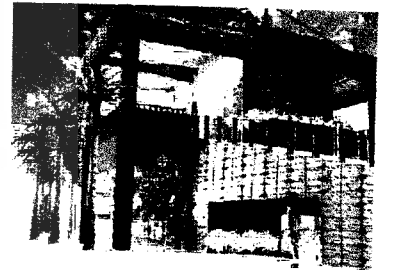
- Adanya batasan jalur sirkulasi
- Bentuk sirkulasi berkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkannya.
- Kualitas skala, proporsi, pencahayaan dan pemandangan yang dipertegas.
- Perannya terhadap perubahan ketinggian lantai dengan tangga dan tanjakan.

*Kualitas skala dan proporsi (lebar dan tinggi) suatu jalur sirkulasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang ditampungnya, dan*

tujuan suatu pelebaran sirkulasi tidak saja untuk menampung lebih banyak lalu lintas tetapi juga untuk menciptakan tempat pemberhentian, untuk beristirahat atau menikmati pemandangan. (Arsitektur bentuk, ruang dan susunannya - DK Ching).

Kualitas suatu jalur sirkulasi pada mall sangat erat kaitannya dengan jumlah ruang yang dihubungkan dan volume pemakai disetiap ruang - ruang tersebut. Jalur sirkulasi pada bangunan mall memiliki ciri - ciri khusus, yaitu dengan adanya papan promosi, bangku tempat duduk dan istirahat, cafe di tepi jalur sirkulasi. Hal tersebut harus dijadikan suatu pertimbangan lain dalam menghitung luasan jalur sirkulasi, sehingga adanya hal tersebut tidak mengurangi kapasitas jalur sirkulasi terhadap pengguna.





# JAKARTA Youth fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(Street as Building)



## BAB III NALISA PERANCANGAN DAN PERENCANAAN

## BAB III

## ANALISA PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

JAKARTA YOUTH FASHION

*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan ("Street as Building")*

**3.1. Analisa Site****3.1.1. Analisis Makro**

Lokasi terpilih adalah di Jl. Purbolinggo no.1, Kecamatan Menteng Jakarta Pusat. Dengan pertimbangan antara lain :

- a. Masih berada dalam area komersial  
Jl. Purbolinggo sebelah timur merupakan daerah komersial, ditandai dengan adanya banyak apartemen mewah, kantor, dan pusat perbelanjaan lainnya. Sebelah selatan tidak jauh dari kawasan Bundaran HI sehingga nilai eksklusivitas tercapai pada bangunan yang akan didirikan di area ini.
- b. Kedekatan dengan area pendidikan  
Kedekatannya dengan area pendidikan yakni dengan banyaknya sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang berada disekitar kawasan tersebut bertujuan untuk mendekati target market yakni kaum remaja.

**3.1.2 Analisis Mikro**

Adapun syarat-syarat dan pertimbangan khusus pada lokasi, antara lain, yaitu :

1. Aspek lahan  
Kondisi topografi lahan yang memungkinkan lokasi dapat digunakan sebagai area komersial dan perdagangan.
2. Aspek aksesibilitas
  - a. Ke bangunan  
Tersedianya sarana dan prasarana transportasi, tingkat kemudahan tinggi
  - b. Dari Bangunan  
Mempunyai kemudahan sirkulasi ketika keluar dari area lokasi.



3. Aspek utilitas

Adanya jaringan infrastruktur antara lain : jaringan listrik, telepon, dan drainase yang memadai.

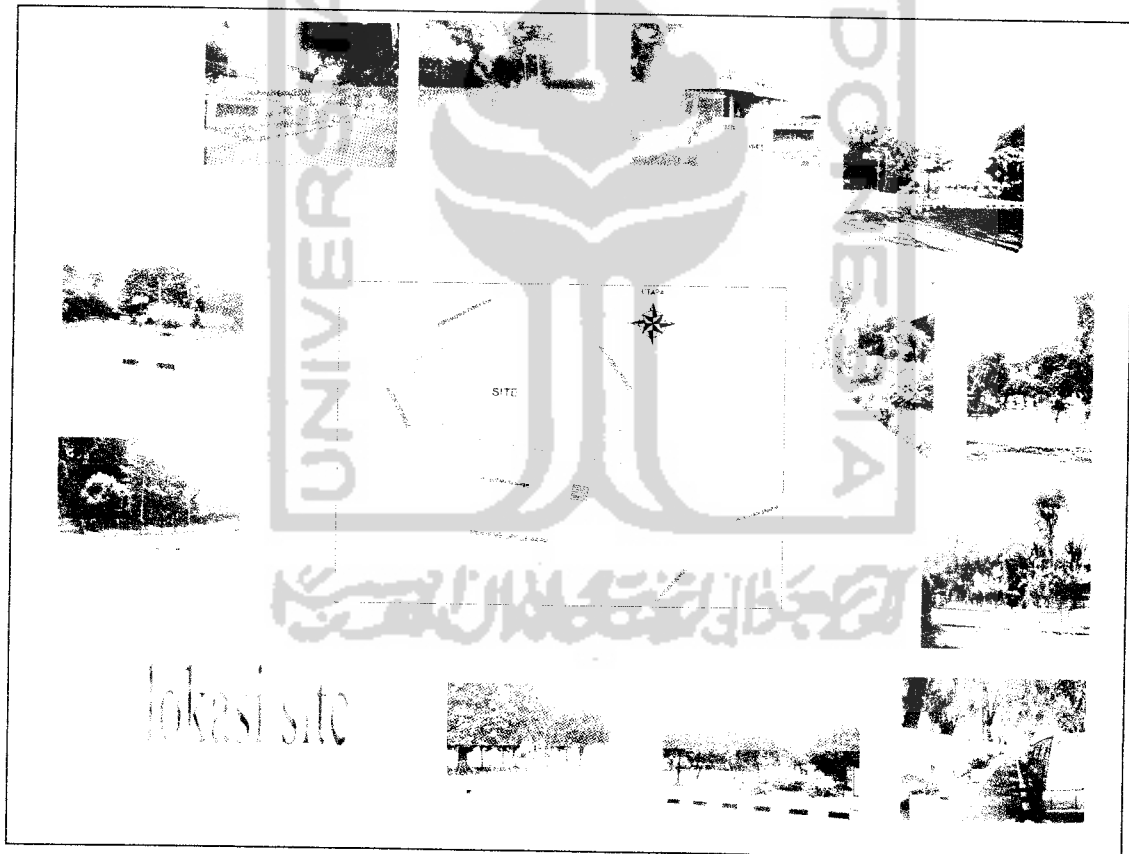
4. Aspek kondisi fisik

Mempunyai ukuran site yang memadai untuk mewedahi kebutuhan ruang dalam menampung kegiatan dan aktivitas yang akan direncanakan.

5. Aspek peraturan pemerintah setempat

Sesuai dengan rencana tata guna lahan yang berlaku, memungkinkan tertampungnya kegiatan komersial terkait dengan peraturan setempat.

3.1.3 Keadaan Lokasi Perancangan



lokasi site

Gb.3.1  
Lokasi site  
Sumber : Survey lokasi

### 3.1.4 Potensi dan Kendala Lokasi Terpilih

Pada lokasi site yang terpilih terdapat potensi-potensi dan kendala. Potensi dan kendala yang ada antara lain:

#### 1. Potensi

- a. Lokasi berada di kecamatan Menteng, tepatnya di Jl.Purbolinggo, bekas bangunan Menteng Office Park yang akan dipugar.

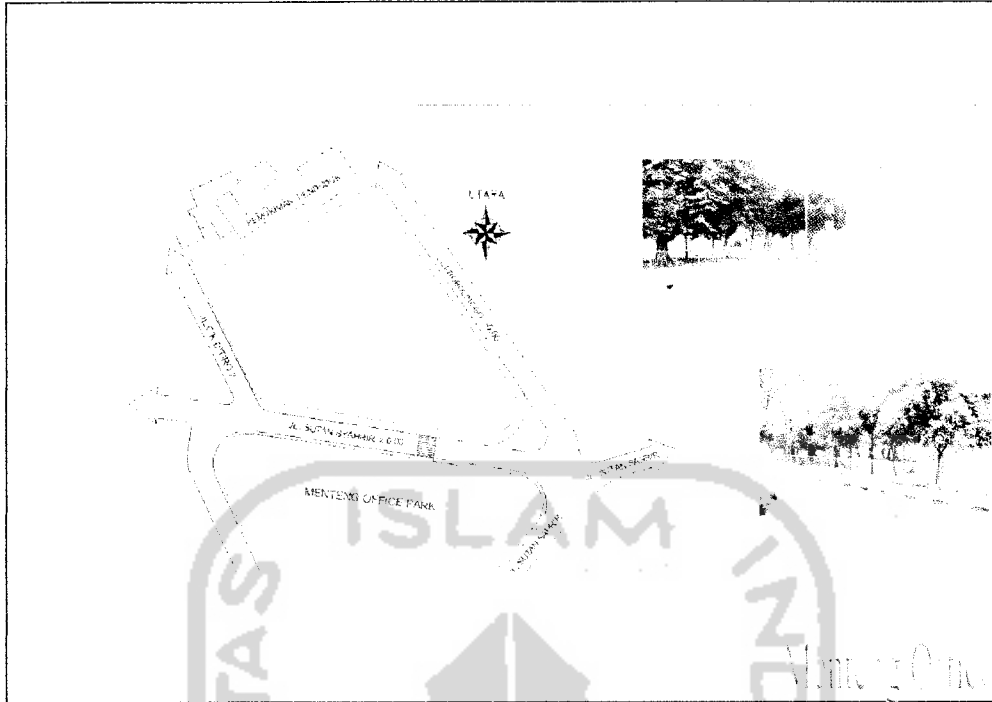
Batas-batas site :

- Sebelah utara : kantor, perumahan penduduk
- Sebelah barat : kios-kios kerajinan tangan dan seni
- Sebelah selatan : Menteng Office Park
- Sebelah timur : Residen Aquilina

Batas-batas kawasan :

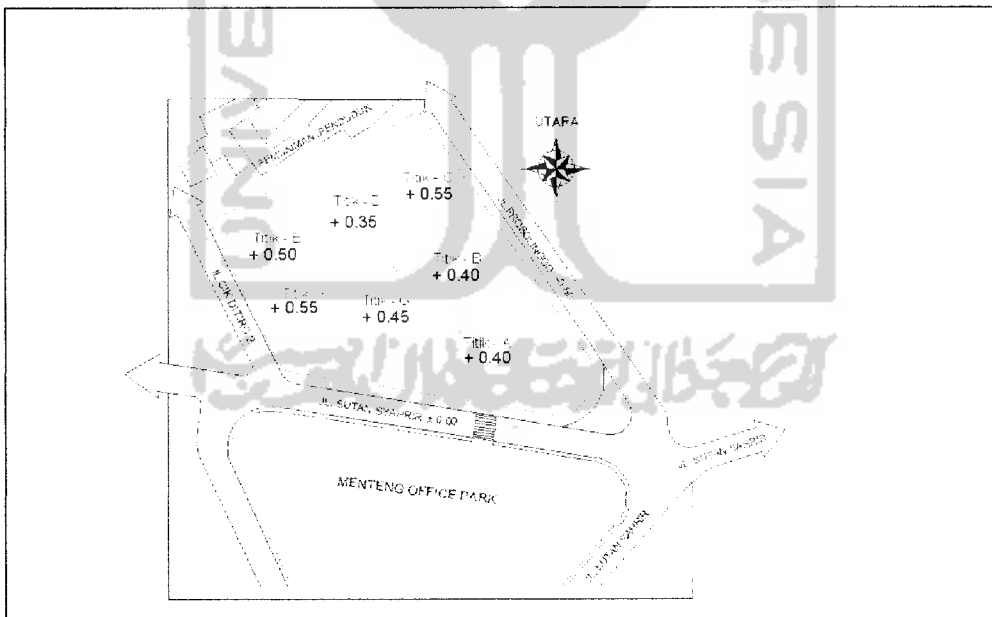
- Sebelah utara : Kebon Sirih
- Sebelah barat : Kec.Tanah Abang
- Sebelah selatan : Kec.Setiabudi Jakarta Selatan
- Sebelah timur : Cikini , Pegangsaan

- b. Terletak pada salah satu kawasan maju dalam sektor ekonomi dan pendidikan dengan dukungan fasilitas-fasilitas komersial, dan pendidikan yang ada.
- c. Profil pengguna adalah kaum remaja di Jakarta yang mempunyai sifat konsumtif dan fashionable yang menganggap fashion sebagai kebutuhan primer.
- d. Potensi site ditinjau dari observasi di lapangan, antara lain :
  - Pada sisi site sebelah selatan terdapat taman kota "Menteng Office Park" yang dapat dijadikan orientasi bangunan dan view yang menarik dari bangunan.



Gb.3.2  
Analisa site untuk orientasi bangunan

- Kemiringan yang tidak terlalu signifikan, memudahkan dalam perencanaan



Gb.3.3  
Analisa site untuk kontur site

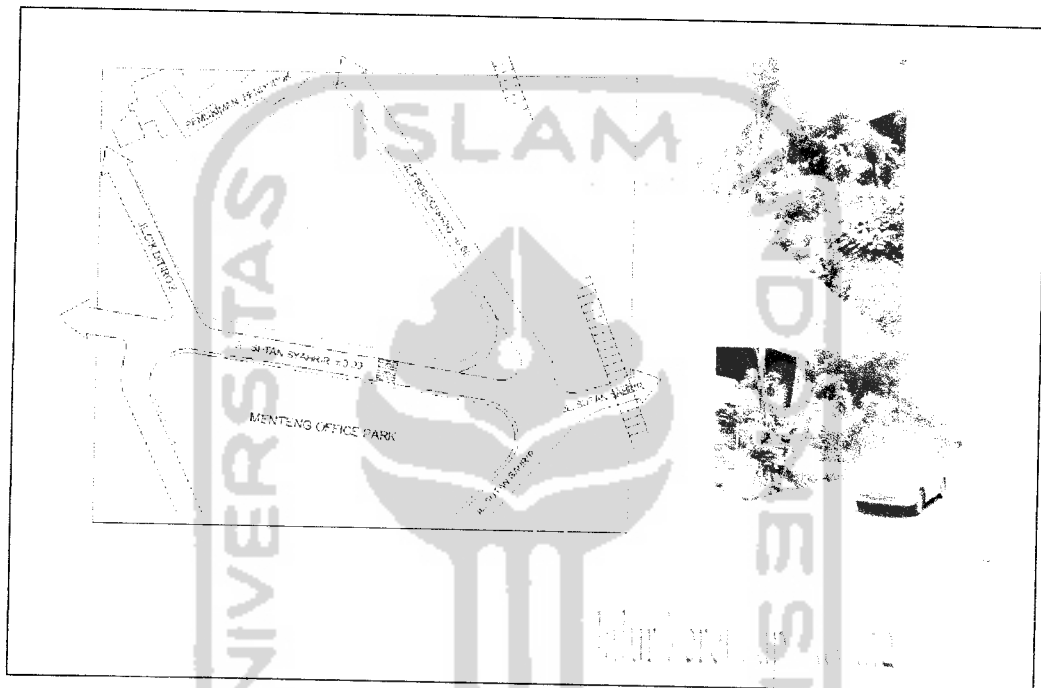
Kontur site



- Lokasi site yang strategis sehingga lebih mudah dalam akses pencapaian.
- Lokasi dekat dengan area komersial lainnya yang memudahkan untuk mengakomodasi pengunjung.

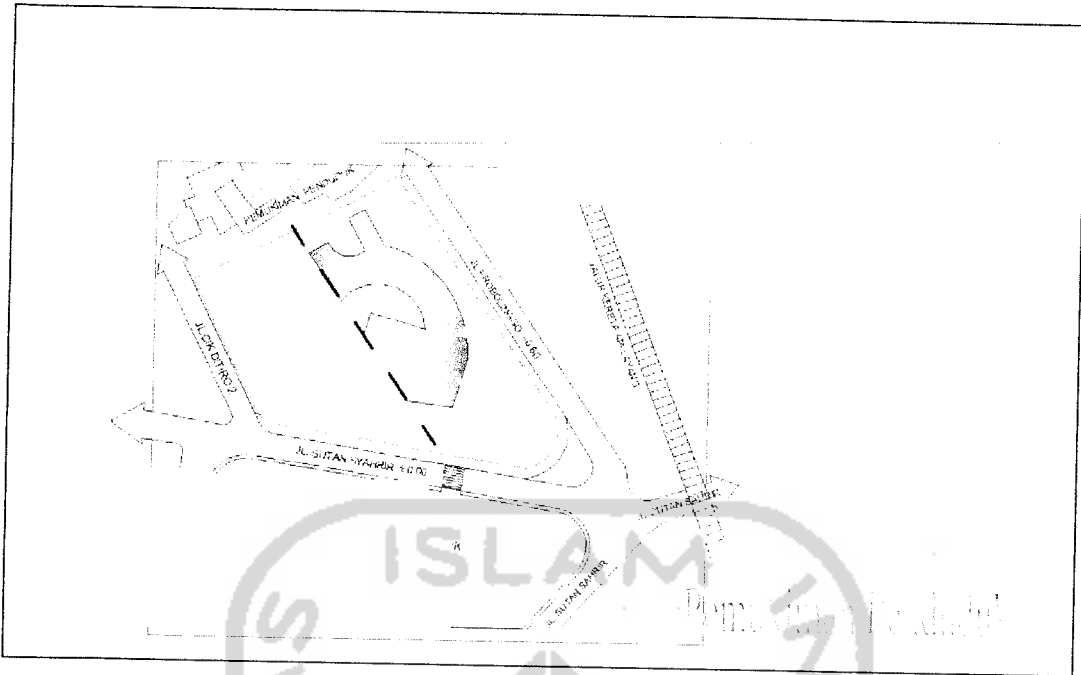
## 2. Kendala

- Pada sebelah timur site terdapat jalur kereta api layang yang suaranya dapat menimbulkan kebisingan sewaktu - waktu.



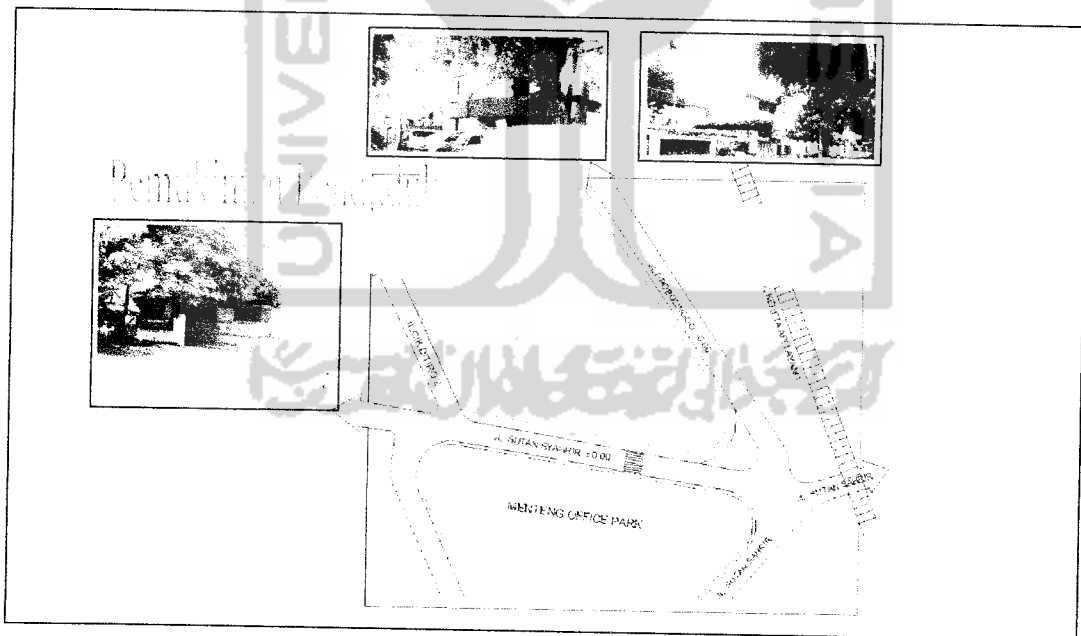
Gb3.1  
Analisa site untuk kontur site

Hal ini akan diatasi dengan memberikan banyak vegetasi sebagai penyaring kebisingan, pada sisi sebelah timur. Sedangkan untuk meminimalisir kebisingan yang ada maka bentuk gubahan masa akan berbentuk melengkung kedalam pada sisi sebelah timur.



Gb.3.5  
Analisa gubahan masa

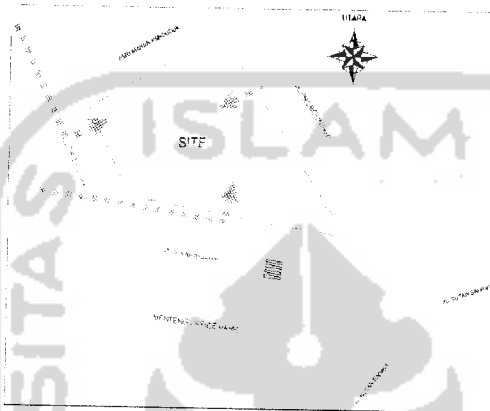
- b. Pada sisi utara terdapat pemukiman penduduk. Hal ini dirasa kurang mendukung terciptanya bangunan yang selaras dengan bangunan yang direncanakan.



Gb.3.6  
Analisa bertdasar permukaan penduduk

**3.1.5. Pencapaian ke Bangunan**

Lokasi site berada pada posisi jalan arteri dan jalan kolektor. Jalan arteri yang dimaksud adalah Jl.Sutan Syahrir dan Jl.Cik Ditiro 2, sedangkan jalan kolektor yang dimaksud adalah Jl.Probolinggo. Sebagai pertimbangan kemudahan pencapaian menuju dan keluar dari bangunan, maka ditentukan entrance dari ketiga sisi jalan tersebut. Hal ini dikarenakan untuk kemudahan akses dan keterjangkauan dari semua sisi jalan.



Gb.3.7

Sumber : Analists Penulis

..... pintu masuk (entrance)  
 ..... keluar (exit)

**3.1.6. Tinjauan Persyaratan Bangunan di jl. Purbolinggo**

Parameter	Ketentuan
Sempadan	- Depan minimal 15.5m - Samping minimal 8.5 m
Intensitas kegiatan	- BCR 80 % - Guna lahan 60%
Ketinggian bangunan	- Maksimal 2 lantai, bagian depan dan bagian timur - Maksimal 10 lantai, bagian belakang

Tabel 3.1

Persyaratan bangunan jl. Probolinggo

Sumber : RUTRK JAKARTA PUSAT

### 3.2. Analisa Program Fungsi Bangunan

#### 3.2.1. Analisa Pola Pelaku Kegiatan

##### A. Pola kegiatan pengelola

Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
1. Semua pengelola	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyimpan barang</li> <li>- MCK</li> <li>- Rapat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Locker, Gudang</li> <li>- Lavatory</li> <li>- Ruang Rapat</li> </ul>

##### B. Pola Kegiatan Komersial

Kelompok Kegiatan	Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
1. Fashion Retail dan Aksesoris	- Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi Penjualan dan Pembelian</li> <li>- Mengepas Pakaian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Kasir</li> <li>- Ruang Pas</li> </ul>
	- Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi Penjualan dan Pembelian</li> <li>- Menyimpan Barang, Menyimpan Stok Produk</li> <li>- Memamerkan Objek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Kasir</li> <li>- Gudang</li> <li>- Ruang Display</li> </ul>
2. Food Court	- Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyantap Hidangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Makan</li> </ul>
	- Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyiapkan perlengkapan</li> <li>- Memasak</li> <li>- Menyiapkan makanan</li> <li>- Menyimpan barang</li> <li>- Menyimpan bahan</li> <li>- MCK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang persiapan</li> <li>- Ruang dapur</li> <li>- Pantry</li> <li>- Locker</li> <li>- Gudang bahan</li> <li>- Lavatory</li> </ul>

3. Supermarket	- Pengunjung	- Transaksi penjualan dan pembelian	- Ruang kasir
	- Karyawan	- Transaksi penjualan dan pembelian - Menyimpan barang - Menata barang - MCK	- Ruang kasir - Gudang - Ruang display - Lavatory

C. Pola Kegiatan Penunjang

Kelompok Kegiatan	Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
1. Peragaan Busana	- Model - Fotografer - Make up Artist, Hair Stylist - Pengunjung - Karyawan - Semua Pelaku	- Memperagakan Produk - Mengambil Gambar - Ganti Baju, Rias Wajah dan Rambut - Menonton - Menyimpan Produk - MCK	- Catwalk / Stage - Area Catwalk - Ruang Ganti dan Rias - Ruang Penonton - Gudang - Lavatory
2. Music Corner	- Group Band - Karyawan - Pengunjung	- Menyanyi - Menyiapkan Peralatan - Menonton	- Stage - Gudang - Ruang Penonton
3. Café dan Lounge	- Pengunjung - Karyawan	- Menyantap Hidangan - Duduk Santai - Bermain Bilyard - Menyiapkan perlengkapan - Memasak - Menyiapkan makanan - Menyimpan barang - Menyimpan bahan - MCK	- Ruang Makan - Area Lounge - Area Lounge - Ruang persiapan - Ruang dapur - Pantry - Locker - Gudang bahan - Lavatory

<p>4. Salon Kecantikan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengunjung</li> <li>- Karyawan</li> <li>- Tamu</li> <li>- Semua Pelaku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merawat Tubuh</li> <li>- Menata Rambut</li> <li>- Merias Wajah</li> <li>- Merawat Kulit Wajah</li> <li>- Merawat Kuku</li> <li>- Mencuci Rambut</li> <li>- Menyimpan Alat salon dan Kosmetik</li> <li>- Menyimpan Barang</li> <li>- Menunggu</li> <li>- MCK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Perawatan Tubuh</li> <li>- Ruang Tata Rambut</li> <li>- Ruang Rias Wajah</li> <li>- Ruang Perawatan Kulit Wajah</li> <li>- Ruang Menicure Pedicure</li> <li>- Ruang Bilas</li> <li>- Gudang alat</li> <li>- Ruang Locker</li> <li>- Ruang Tunggu</li> <li>- Lavatory</li> </ul>
<p>5. Gymnastic</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengunjung</li> <li>- Karyawan</li> <li>- Semua Pelaku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fitness, Aerobic, Body Language</li> <li>- Membersihkan Alat</li> <li>- Membersihkan Area Gym</li> <li>- MCK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studio Senam</li> <li>- Gudang</li> </ul>

D. Pola Kegiatan Pendukung

Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelola, Karyawan, Pengunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memarkir Kendaraan</li> <li>- Ibadah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parkir</li> <li>- Mushola</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Satpam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjaga Keamanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Keamanan</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerja</li> <li>- Membersihkan Ruang</li> <li>- Makan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Service</li> <li>- Ruang Cleaning</li> <li>- Cafeteria</li> </ul>



### 3.3.2 Besaran Ruang

#### A. Besaran Ruang Komersial

KELOMPOK KEGIATAN	NAMA RUANG	JUMLAH RUANG	KAPASITAS (ORANG)	STANDART (M <sup>2</sup> /ORANG)	LUAS (M <sup>2</sup> )	TOTAL M2 (SIRKULASI)
Utama	Hall	2 buah	250 orang	1 m <sup>2</sup> /org*	1560	sirkulasi 20% = 1872
	Fashion Store	15 buah	15 orang	1.5 m <sup>2</sup> /org*	562.5	sirkulasi 100% = 1125
	Aksesories Store	15 buah	15 orang	1.5 m <sup>2</sup> /org*	337.5	sirkulasi 100% = 675
					Subtotal	3572

#### B. Besaran Ruang Penunjang

KELOMPOK KEGIATAN	NAMA RUANG	JUMLAH RUANG	KAPASITAS (ORANG)	STANDART (M <sup>2</sup> /ORANG)	LUAS (M <sup>2</sup> )	TOTAL M2 (+SIRKULASI 20%)
Peragaan Busana	Catwalk	1 buah	225	0.90 m <sup>2</sup> /org*	202	242
	Ruang Rias & Ganti	1 buah	50 orang	2.25 m <sup>2</sup> /org*	112.5	135
	Penonton/audience	1 buah	150 orang	1.2 m <sup>2</sup> /org*	180	216
	Gudang	1 buah	asumsi	16 m <sup>2</sup>	16	19.2
					Subtotal	612.2
Movie station	Studio movie	2 buah	100 orang	asumsi	280	336
	Ruang proyektor	2 buah	5 orang	asumsi	100	120
	Ticketing	12 orang	12 orang	0.5 - 1.3m <sup>2</sup> /org*	100	120
					Subtotal	576

KELOMPOK KEGIATAN	NAMA RUANG	JUMLAH RUANG	KAPASITAS (ORANG)	STANDART (M2/ORANG)	LUAS (M2)	TOTAL M2 (+ SIRKULASI 20%)
Salon	Ruang Perawatan Tubuh	1 buah	4 orang	3.15 m2/org*	12.6	15.12
	Ruang Tata Rambut	1 buah	6 orang	3.15 m2/org*	18.9	22.68
	Ruang Rias Wajah	1 buah	4 orang	3.15 m2/org*	12.6	15.12
	Ruang Perawatan Kulit Wajah	1 buah	6 orang	3.15 m2/org*	18.9	22.68
	Ruang Manicure	1 buah	6 orang	3.15 m2/org*	18.9	22.68
	Ruang Cuci Rambut	1 buah	6 orang	3.15 m2/org*	18.9	22.68
	Ruang Tunggu	1 buah	10 orang	15.247 m2*	12	14.4
	Gudang Alat Salon	1 buah	1 orang	asumsi	32	38.4
	Ruang Loker	1 buah	10 orang	asumsi	6	7.2
	Lavatory	2 buah	2 orang	4 m2	16	19.2
						Subtotal
Food court	Ruang Makan	1 buah	150 orang = 40 meja	asumsi	300	360
	Ruang Persiapan	9 buah	4 orang	asumsi	63	75.6
	Ruang Dapur	1 buah	2 orang	asumsi	63	75.6
	Pantry	1 buah	2 orang	asumsi	63	75.6
	Gudang Bahan	1 buah	2 orang	asumsi	40	48
					Subtotal	634.8
Café& lounge	Café	1 buah	150 orang	1.6 m2/org*	240	288
	Ruang Dapur	1 buah	15 orang	asumsi	40	48
	Pantry	1 buah	15 orang	asumsi	40	48
	Gudang Bahan	1 buah	5 orang	asumsi	16	19.2
					Subtotal	403.2
Departement store	Area penjualan	2 buah	500 orang	asumsi	2700	3240
	Gudang	1 buah	5 orang	asumsi	50.4	60.48
	Kasir	28 buah	28 orang	0.5 - 1.3m2/org*	212.8	255.36
	Penitipan barang	2 buah	-	0.5 - 1.3m2/org*	7.5	9
					Subtotal	3564.84

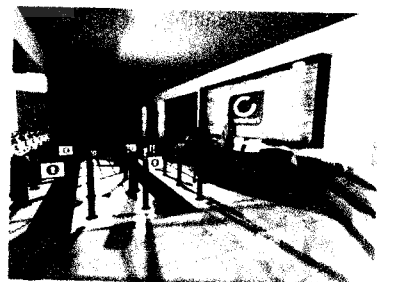
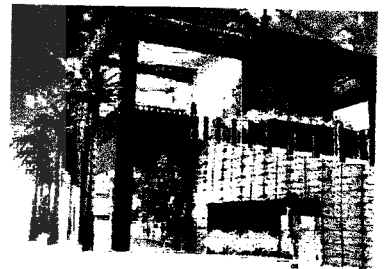
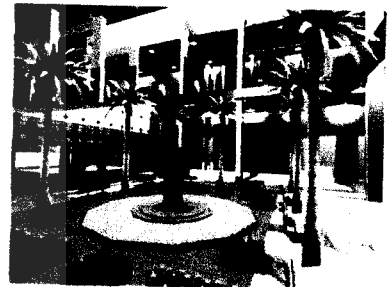
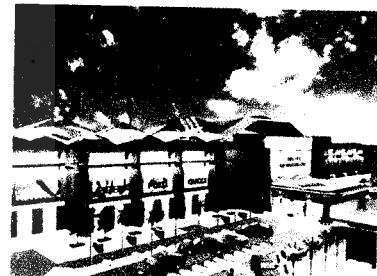




KELOMPOK KEGIATAN	NAMA RUANG	JUMLAH RUANG	KAPASITAS (ORANG)	STANDART (M2/ORANG)	LUAS (M2)	TOTAL M2 (+ SIRKULASI 20%)
Super Market	Area Penjualan	2 buah	500 orang	asumsi	1700	2040
	Gudang	1 buah	2 orang	asumsi	50.4	60.48
	Freezer	20 buah	-	asumsi	50.4	60.48
	Tempat Penitipan Barang	1 buah	-	0.5 - 1.3m2/org* 1 kursi	7.5	9 63.84
	Kasir	28 buah	28 orang	0.5 - 1.3m2/org*	212.8	255.36
					Subtotal	2489.16
Studio Photo	Ruang Studio	1 buah	10 orang	0.5 - 1.3m2/org*	49.56	593.47
	Ruang Rias / ganti Kasir	2 buah 1 buah	4 orang 1 orang	0.5 - 1.3m2/org* 0.5 - 1.3m2/org*	25.6 2.58	30.72 2.61
	Ruang Cuci cetak	1 buah	5 orang	0.5 - 1.3m2/org*	19.55	23.46
	Gudang	1 buah	-	10% area pelayanan	4.96	5.95 22.21
	Ruang Tunggu	1 buah	10 orang	0.5 - 1.3m2/org*	21.78	22.21
					Subtotal	144.42
	Gymnastic	Ruang Aerobic & BL	1 buah	10 orang	1.5 m2/org*	15
Ruang Tunggu		1 buah	5 orang	0.9 m2/org*	4.5	9
Ruang Fitness		2 buah	40 orang	1.5 m2/org*	60	240
Locker & R.Ganti		2 buah	40 orang	0.5 m2/org*	40	120
Lavatory		2 buah	4 orang	1.5 m2/org*	12	36
				Subtotal	465	

**B. Besaran Ruang Operasional**

NAMA RUANG	JUMLAH RUANG	KAPASITAS (ORANG)	STANDART (M <sup>2</sup> /ORANG)	LUAS	TOTAL M <sup>2</sup> (+ SIRKULASI 20%)
Ruang Genset	1 buah	-	asumsi	20	24
Ruang MEE	1 buah	-	asumsi	20	24
Ground Water Tank	1 buah	-	asumsi	20	24
Ruang AHU	2 buah	-	asumsi	24	28.8
Ruang Mesin AC	1 buah	-	asumsi	20	24
				Subtotal	124.8
				Total	12771.46



# JAKARTA Youth fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(Street as Building)



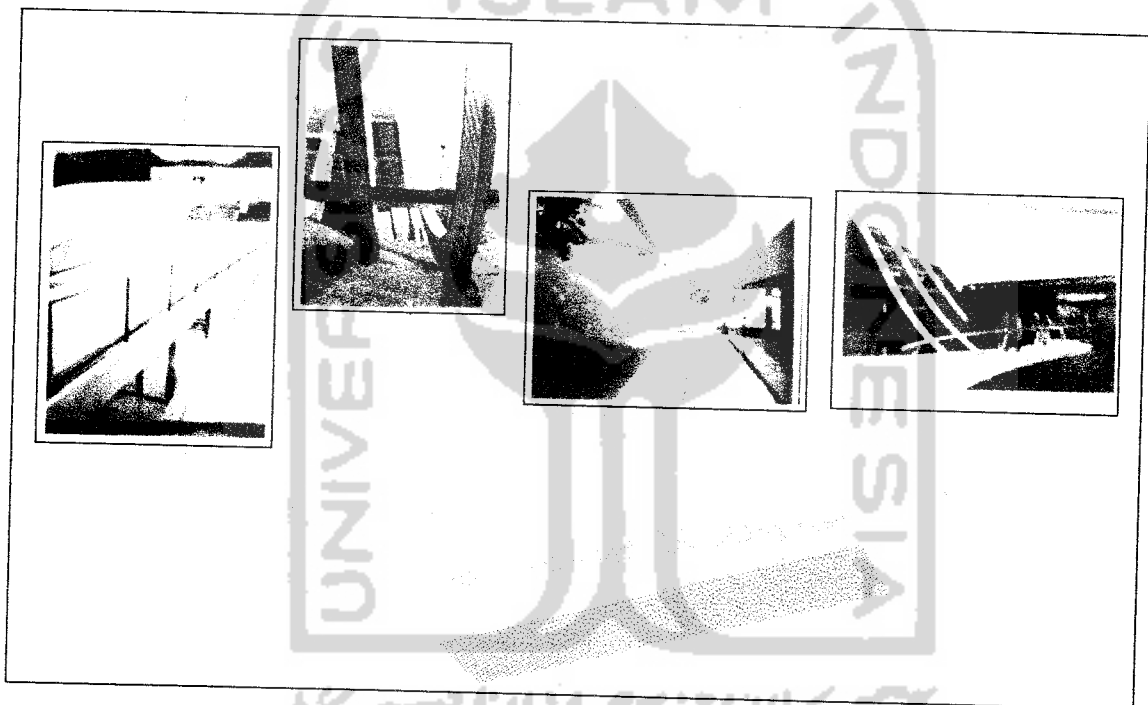
## BAB IV KONSEP PERANCANGAN

BAB IV  
KONSEP PERANCANGAN  
YOUTH FASHION CENTRE

*Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan ("Street as Building")*

**4.1. "Street as Building" Sebagai Elemen Pembentuk Bangunan**

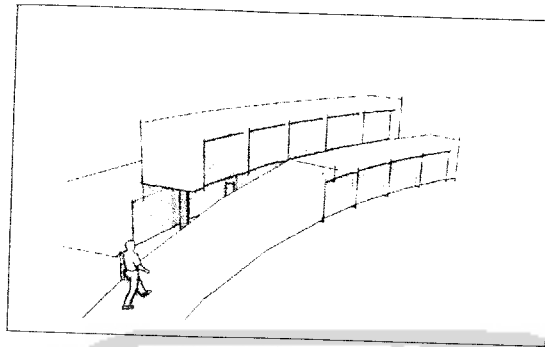
"Street as building" yang dimaksud adalah jalan yang membentuk masa bangunan. Jalan tersebut menciptakan ruang-ruang baru berupa ruang diatas jalan maupun ruang dibawah jalan.



Gb.4.1  
Sumber : Internet

Konsep street dipakai untuk menciptakan suasana unik, sehingga pengunjung dapat merasakan pengalaman berjalan yang menyenangkan disepanjang jalan yang terdapat retail-retail fashion dan aksesoris dengan design yang berbeda dengan biasanya.

#### 4.1.1."Street as Building"Sebagai Pembentuk Retail Fashion dan aksesoris

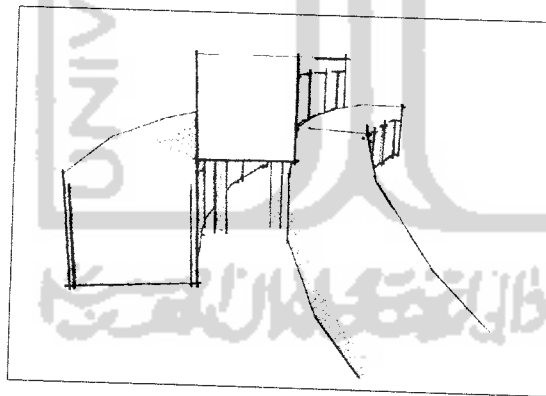


Gb.4.2

Sumber : pemikiran penulis

Ruang yang dibentuk dari perbedaan level sirkulasi menciptakan view yang menarik, atraktif serta tidak monoton. Penciptaan ruang seperti ilustrasi diatas dinilai mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung khususnya para remaja yang menyukai tantangan / hal baru.

#### 4.1.2."Street as Building"Sebagai Pembentuk Sirkulasi

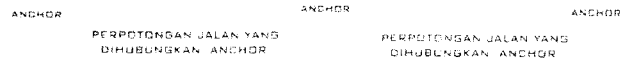


Gb.4.3

Sumber : pemikiran penulis

Sirkulasi yang dibentuk dari perbedaan level sirkulasi menciptakan suasana petualangan yang menarik. Penciptaan sirkulasi seperti ilustrasi diatas juga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan remaja .

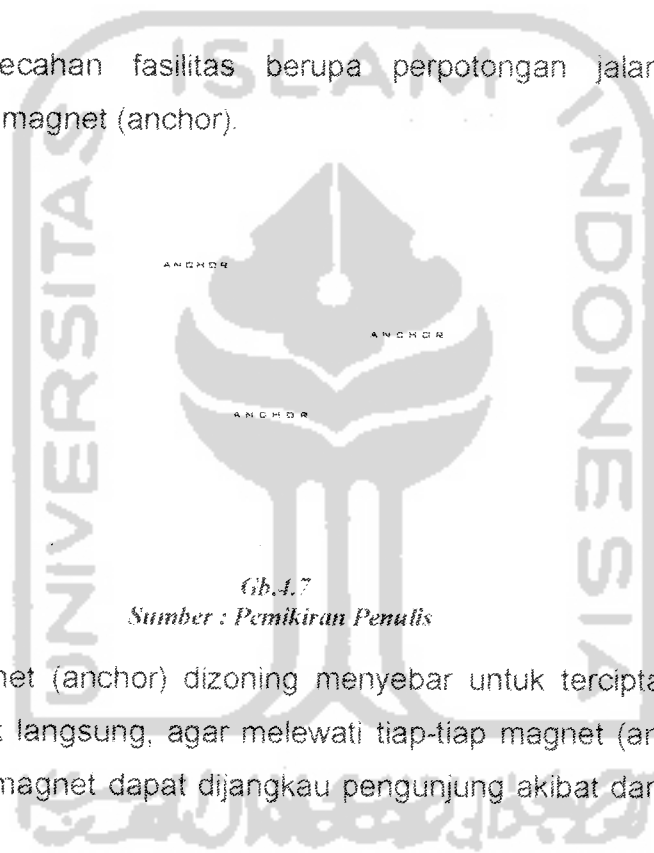
SISKA MAYASARI (03512069)



*Gb.4.6*

*Sumber : Pemikiran Penulis*

Pemecahan fasilitas berupa perpotongan jalan yang selalu dihubungkan oleh magnet (anchor).



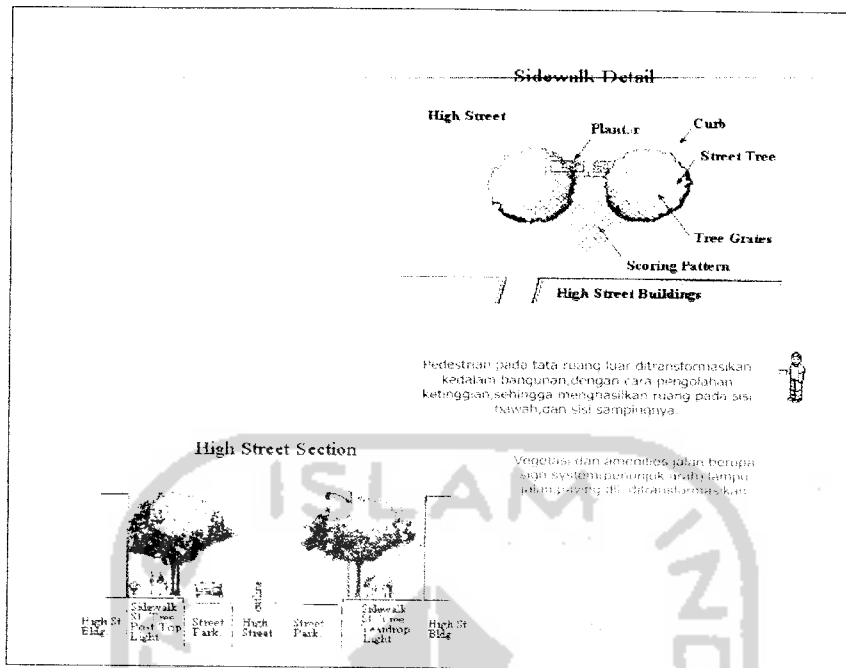
*Gb.4.7*

*Sumber : Pemikiran Penulis*

Magnet (anchor) dizoning menyebar untuk terciptanya penarikan masa secara tidak langsung, agar melewati tiap-tiap magnet (anchor) tersebut. Sehingga semua magnet dapat dijangkau pengunjung akibat dari sirkulasi yang saling terkait.

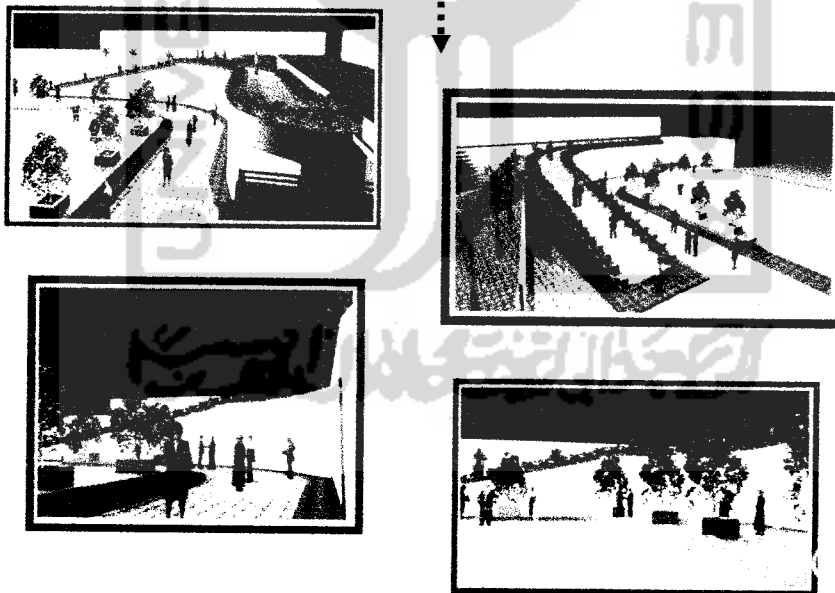
#### **4.2. Elemen *street pedestrian* sebagai pembentuk bangunan.**

Bentuk bangunan dirancang dengan menggunakan konsep *street pedestrian*, yakni mentransformasikan unsur tata ruang luar yang terdapat pada *street* kedalam bangunan.



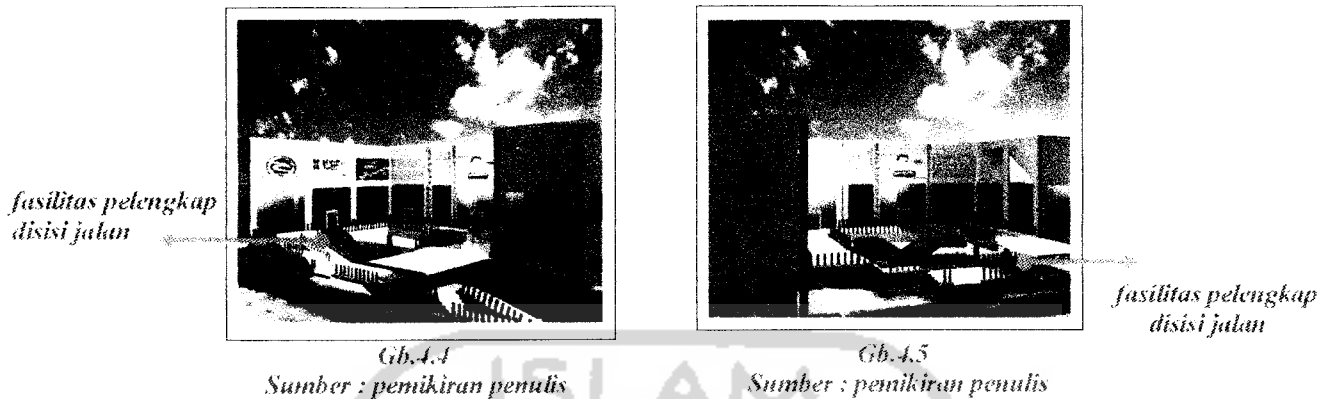
Gb.4.8  
Street pedestrian

Transformasi jalan (street) sebagai elemen pembentuk bangunan



Gb.4.9  
Ilustrasi desain

#### 4.1.3. "Street as Building" Sebagai Pembentuk Fasilitas - Fasilitas Pelengkap



Fasilitas-fasilitas pelengkap terbentuk oleh adanya sirkulasi jalan. Sebagai ilustrasi diatas fasilitas – fasilitas terbentuk pada sisi – sisi jalan dengan pertemuan antara ruang terbuka dan tertutup, sehingga menciptakan suasana ruang yang menyenangkan dan tidak membosankan karena transisi dari ruang terbuka ke ruang tertutup menjadi sangat penting dalam menciptakan kenyamanan ruang.

#### 4.1.4. "Street as Building" Sebagai Penghubung Magnet Bangunan

"Street as building" diintegrasikan sebagai jalan yang menghubungkan magnet (anchor) dalam bangunan. Magnet (anchor) tersebut berupa ruang/tempat yang dapat menarik pengunjung dan menghasilkan profit (keuntungan). Contohnya area hiburan dan rekreasi, food court dan cafe.

Tata ruang luar dimanfaatkan sebagai pola sirkulasi bangunan. Pendekatan dalam penataan ruang dalam bangunan adalah dengan mentransformasikan sifat dan karakter remaja kedalam sirkulasi bangunan. Sifat dan karakter remaja dapat diterapkan pada pola sirkulasi yang asimetris serta magnet/anchor bangunan yang tidak memusat (pemecahan fasilitas).

### **4.3. Penataan Ruang Dalam Bangunan**

Konsep tata ruang dalam berdasarkan pertimbangan kepentingan fungsi ruang dan kedekatan fungsi antar ruang serta memenuhi perannya sebagai wadah kegiatan komersial yang bertemakan street dengan pendekatan sifat dan perilaku remaja, yakni dengan cara merancang ruang dalam dengan susunan ruang yang dinamis, dan dipadu dengan ruang - ruang transisi yang berfungsi sebagai sarana rekreasi sehingga memberikan sebuah pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Perwujudan konsep tersebut tertuang dalam perancangan ruang dalam dengan desain sirkulasi yang berfungsi sebagai pengikat di antara kegiatan - kegiatan lain dalam bangunan.

#### **4.3.1. Hubungan Ruang**

Hubungan antar ruang dan bangunan yang saling terkait diikat oleh sebuah ruang yang berfungsi sebagai sirkulasi dan juga dapat digunakan sebagai tempat rekreasi yang dilengkapi dengan fasilitas - fasilitas mall, yaitu tempat duduk (sitting areas), taman, tempat sampah, papan penunjuk arah, kotak telepon dan sebagainya.

#### **4.3.2. Sirkulasi**

Sirkulasi dalam bangunan di rancang dengan mengarahkan pengunjung menuju plaza (open space) terlebih dahulu. Dimana saat berada di area ini, para pengunjung bebas menentukan jalan untuk menuju tempat yang ingin dikunjunginya, dikarenakan ada pilihan (alternatif) jalan untuk menuju fasilitas - fasilitas yang ingin dikunjungi.

### **4.4 Pencahayaan**

Untuk menunjang konsep ruang yang menerus pada bangunan, bagian atap menggunakan skylight. Dengan demikian unsur luar seperti langit, sinar matahari terlihat sehingga ruang dalam bangunan seolah tidak terbatas. Selain itu skylight memberikan keuntungan dari segi penggunaan energi.



Dengan adanya skylight, penggunaan lampu pada siang hari di dalam bangunan menjadi minimum.

Pencahayaan bangunan menggunakan dua bentuk pencahayaan, yakni pencahayaan alami dan buatan yang disesuaikan dengan fungsi ruang.

1. Pencahayaan alami

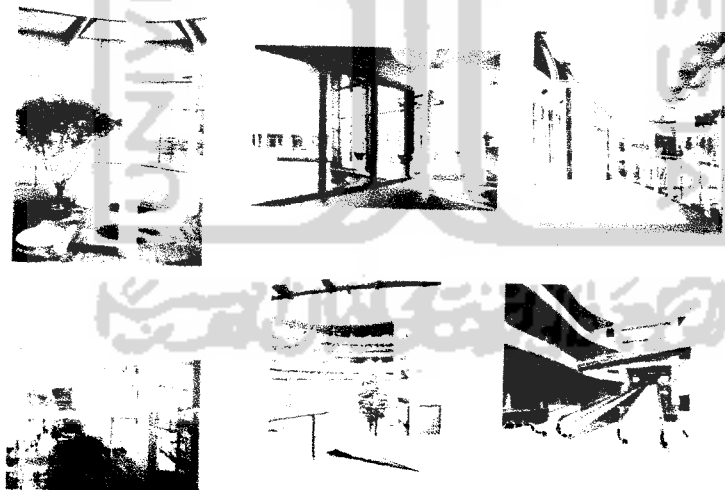
Pencahayaan alami banyak dipakai pada street dan food court saat siang hari melalui skylight pada atap bangunan.

2. Pencahayaan buatan dapat digunakan sebagai :

- a. Daya tarik bagi pengunjung
- b. Memamerkan barang
- c. Membentuk suasana yang diinginkan
- d. Iklan dan promosi suatu produk tertentu
- e. Penerangan umum

Peletakan lampu pada bangunan disesuaikan dengan kebutuhan dan fungsi lampu tersebut.

Pencahayaan alami banyak dipakai pada street dan food court saat siang hari melalui skylight pada atap bangunan.



Gb.4.10  
*Pencahayaan alami dalam ruangan*

Pencahayaan buatan digunakan diseluruh bangunan karena berfungsi sebagai penerang pada malam hari. Sebagai pendukung kegiatan, cahaya buatan juga dipakai khusus untuk ruang-ruang tertentu yang membutuhkan, misalnya retail butik, catwalk, music corner dan studio foto.



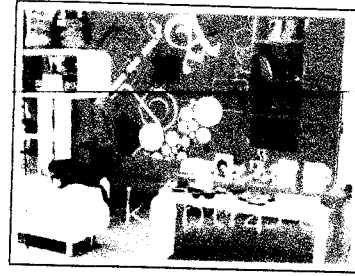
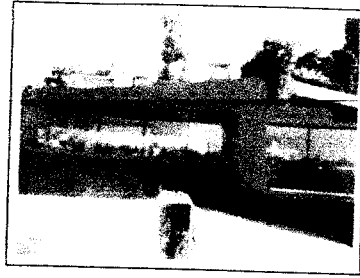
Gb.4.11  
Pencahayaan buatan pada ruangan

#### 4.5 Pendekatan Fasilitas Dalam Bangunan

##### a. Retail-retail butik dan aksesoris

Retail-retail butik dan aksesoris terletak disepanjang jalan dan juga disisi-sisi jalan dengan berbagai ukuran dan bentuk yang bervariasi.

Konsep retail butik dan aksesoris berdasarkan style remaja yang sarat dengan warna kontras dan ketidakteraturan. Material pembentuk sebagian bangunan antara lain adalah kaca sebagai pembatas dinding yang merupakan aplikasi dari penonjolan sifat remaja yang senang memamerkan diri.



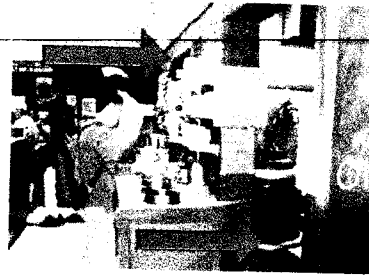
*Gb.4.12  
Eksterior dan Interior Retail*

#### **b. Food court**

Food court sebagai salah satu anchor bangunan mempunyai konsep menyebar. Food court tidak memusat pada satu area, namun diletakkan pada titik area yang berbeda dengan konsep yang berbeda, sehingga mampu menarik para pengunjung nantinya. Peletakan food court pada sisi sebelah barat untuk mendapatkan view Apartement Aquillina dan jalur layang kereta api.



*Gb.4.13  
Interior food court*



Gb.4.14  
order food court

**c. Catwalk**

Ruang Pertunjukan/Catwalk pada dasarnya terdiri dari 3 bagian yaitu :

1. Stage

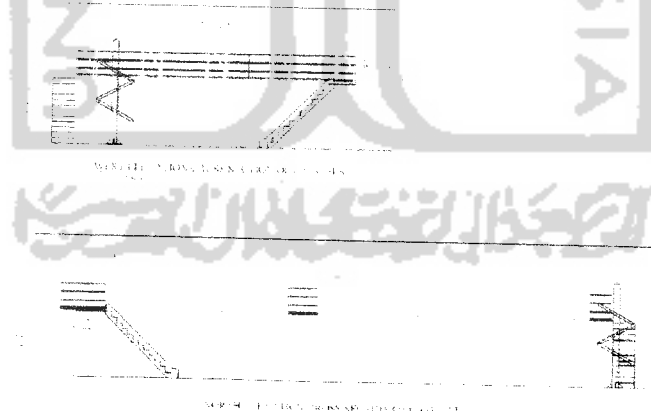
Area pertunjukan/ panggung peragaan dibuat dengan system knock-down atau bongkar pasang. Hal ini disesuaikan dengan sifat dan karakter remaja yang selalu menginginkan sesuatu yang baru.

2. Audience

Area penonton peragaan busana

3. Area penunjang

Terdiri dari ruang ganti, ruang rias, ruang service, dan lobby.



Gb.4.15  
Stage knock-down

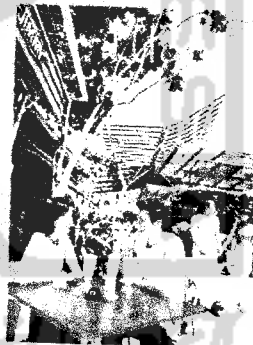
#### d. Salon

Konsep utama yang dipakai sebagai dasar perencanaan fasilitas salon adalah khusus style remaja yang up-date. Fasilitas yang disuguhkan berkenaan dengan sifat remaja yang selalu ingin berpenampilan sesuai dengan trend yang sedang ada. Contohnya pewarnaan rambut (coloring/toning), potongan rambut ala J-style, make-up minimalis.

Sedangkan pengaturan peletakannya disesuaikan dengan fungsinya yaitu sebagai fasilitas pendukung dari fashion retail dan fashion show, sehingga peletakan fasilitas salon tidak jauh dari area catwalk.

#### e. Cafe&Lounge

Dalam pengaturan cafe & lounge diarahkan kepada view yang menarik, yaitu berada pada sisi selatan site. Hal ini dikarenakan pada sisi site sebelah selatan terdapat Menteng Office Park yang dapat dijadikan view yang menarik. Konsep cafe&lounge yang ditawarkan adalah di ruang terbuka dan tertutup.



Gh.4.16  
Food court

#### f. Studio foto

Adanya fasilitas studio foto merupakan pendukung bagi kegiatan peragaan busana dan salon. Oleh sebab itu, akses studio foto harus mudah dan dekat dengan fasilitas catwalk serta salon. Studio foto merupakan sebuah ruang

tertutup yang didalamnya diperlukan area penunjang, yaitu ruang ganti, ruang service, dan lobby.



Gb.4.17  
Studio foto

#### **g. Supermarket**

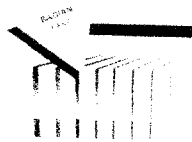
Supermarket dalam bangunan ini bukan merupakan anchor yang paling utama, sebab penempatan supermarket sebagai penarik pengunjung sudah banyak ditemukan di pusat-pusat perbelanjaan lain. Penempatan supermarket di bangunan ini berada pada area yang dinilai cukup strategis sebagai penunjang dari fasilitas yang ada.

Fasilitas supermarket merupakan sarana penunjang dari kegiatan yang ada di dalam bangunan. Peletakan fasilitas supermarket pada area belakang, dikarenakan untuk mempermudah service barang dan kendaraan serta mengingat fungsinya sebagai fasilitas pelengkap.

#### **4.6 Penampilan eksterior**

- **Konsep material**

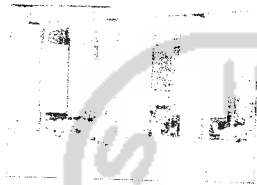
Penampilan eksterior bangunan akan banyak dipengaruhi oleh material kaca untuk mengekspos keadaan dalam bangunan, sehingga akan terlihat menarik dari luar. Selain kaca, profil aluminium juga dipilih untuk elemen eksterior. Untuk skylight dipilih material polycarbonat yang memiliki sifat ringan sebagai pencahayaan alami. Selain itu, polycarbonat mampu menahan panas matahari yang berlebih dan kemudian melepaskannya ke udara.



## Kaca

### Karakteristik

Kaca bening hasil proses pengambangan dengan permukaan yang sangat bersih, dengan beragam dimensi kaca ini dapat di aplikasikan ke berbagai bentuk, contoh: dinding, pintu, lantai, dll.



### Aplikasi

- pada dinding luar
- elemen eksterior

Gb.4.18  
Karakteristik kaca

## Profil Alumunium

### Karakteristik

profil alumunium coated, sangat ringan dan cukup mudah dalam pengaplikasiannya, terdapat beragam jenis dan motif nya, dengan ketebalan tertentu tahan terhadap api dengan durasi yang cukup lama.

dapat di aplikasikan sebagai:

- rangka elemen eksterior ( clading )
- jendela
- pintu
- rangka atap

## Polycarbonat



### Karakteristik

bahan polycarbonat sangat ringan dan tidak getas mampu menahan panas matahari lebih baik dibanding yang lainnya, rongga-rongga pada permukaan berfungsi sebagai isolator panas yang nantinya dilepaskan ke udara.

Gb.4.19  
Karakteristik alumunium

## 4.7 Penampilan interior

- Konsep material

### Elemen interior

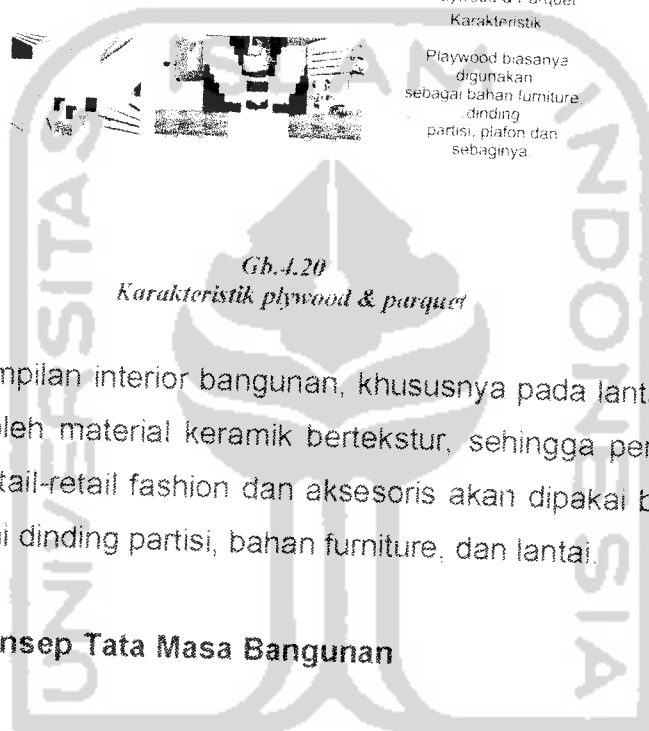
#### Ceramic Tiles

Karakteristik lantai keramik bertekstur coated dengan siku presisi, cukup mudah dalam pengaplikasiannya, terdapat beragam jenis dan motif nya, dengan motif pada permukaannya menjadikan lantai keramik ini tidak licin dan cocok digunakan pada area sirkulasi.

#### Plywood & Parquet

##### Karakteristik

Plywood biasanya digunakan sebagai bahan furniture, dinding, partisi, plafon dan sebagainya.



Penampilan interior bangunan, khususnya pada lantai ruang publik akan dipengaruhi oleh material keramik bertekstur, sehingga permukaan lantai tidak licin. Untuk retail-retail fashion dan aksesoris akan dipakai bahan plywood dan parquet sebagai dinding partisi, bahan furniture, dan lantai.

## 4.8 Pendekatan Konsep Tata Masa Bangunan

### a. Tata Massa :

- Penataan dengan pertimbangan efisiensi lahan serta menyesuaikan luasan dan bentuk site .
- Orientasi bangunan ke arah ruang – ruang terbuka yang terbentuk karena penataan massa bangunan.
- Penataan antar bangunan didasarkan kedekatan hubungan antar unit kegiatan, agar terkesan penataan yang kompak diikat dengan ruang terbuka yang difungsikan sebagai jalan setapak/sirkulasi ataupun parkir.



#### **b. Lansekap :**

- Dipergunakan sebagai pengarah sirkulasi pengunjung/ arus kendaraan didalam lingkungan maupun sebagai buffer, peneduh, pembentuk ruang luar dan land cover.
- Tanaman yang dipergunakan dengan fungsi-fungsi tertentu disesuaikan dengan jenis dan spesifikasinya.

Pada bab sebelumnya telah di analisis mengenai kekurangan dan kelebihan dari masa tunggal dan jamak. Kekurangan dan kelebihan tersebut jika dikaitkan dengan permasalahan dan konsep remaja yang dipunyai akan lebih cenderung kepada masa jamak.

Kelebihan masa jamak :

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

Kekurangan masa jamak :

- a. Dalam pencapaian sirkulasi menjadi kurang efisien
- b. Membutuhkan luasan yang lebih besar daripada masa tunggal dikarenakan masa yang menyebar.

Dengan kekurangan masa jamak ini justru menjadikan peluang penyelesaian masalah dalam bangunan ini. Yaitu pada point pencapaian sirkulasi, justru para pengguna yakni remaja menyukai jalur sirkulasi yang tidak monoton mengikuti masa bangunan yang menyebar.

#### **4.9 Konsep Gubahan Masa**

Dalam pemilihan sistem gubahan masa, mengingat konsep yang dipakai adalah pendekatan remaja, maka gubahan masa yang dipakai adalah

bentuk radial . Bentuk radial adalah gubahan masa terpusat pada suatu ruang dimana ruang tersebut menjadi acuan organisasi ruang (sirkulasi) linier yang berkembang membentuk jari - jari. Bentuk Jari - jari dari sirkulasi linier tersebut akan berkembang menjadi ruang - ruang yang menyebar.

#### **4.10. Konsep Fasad Bangunan**

Potensi bangunan yang terletak pada posisi ujung jalan menjadikan bangunan mempunyai tiga sisi fasad yang dapat ditonjolkan. Akan tetapi dengan perbedaan ukuran jalan, fungsi jalan, serta kepadatan jalan maka fasad yang lebih ditonjolkan adalah yang berada pada sisi jalan utama yaitu Jl. Sutan Syahrir. Selain itu, pada sisi jalan tersebut terdapat view Menteng Office Park yang menarik.

#### **4.11 Konsep Warna Bangunan**

Perwujudan sifat remaja pada bangunan akan diperhatikan juga melalui permainan warna - warna yang mewakili citra fashion (mode) yang kaya akan warna. Warna - warna yang disukai oleh remaja adalah warna - warna yang mencolok dalam proporsi warna yang seimbang dan harmonis. Pilihan warna yang mencolok juga dapat dijadikan sebuah bentuk pengulangan atau repetisi pada bagian tertentu sehingga dapat terlihat menonjol dan menarik. Pilihan utama seperti warna merah yang berfungsi sebagai aksen menjadi poin yang menarik bila dipadu - padankan dengan warna lembut (soft) yang mengesankan sebuah kemewahan dan kekuatan pada bangunan yang bersifat komersial.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Pedestrian Mall, Streetscapes, and Urban Spaces, Harvey .M.Rubenstein
2. Garden Cities 21, Creating a Livble Urban Environment , John O Simonds
3. Urban Spaces , Rob Krier
4. The Architect Handbook, edited by Quentin Pickard
5. Tabloid Lisa, edisi Desember 2006
6. [http ://en.wikipedia.org/wiki/talk:street](http://en.wikipedia.org/wiki/talk:street)
7. Aneka yess - online fashion.com
8. Tokyo\_fashion
9. Traditional vs\_ Hierarchical street patterns
10. Street Typologies
11. <http://www.fashion-era.com>



## BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR

Hari/tanggal : Kamis, 22 Maret 2007  
Pukul : 07.00 WIB  
Dosen pembimbing : Ir. Arman Yulianta, M.URP  
Dosen penguji : Ir. Handoyotomo, MSA  
Nama : Siska Mayasari  
No.mhs : 03512069  
Judul : Jakarta Youth Fashion  
Sub-judul : Transformasi style harajuku berupa "Street as Building"  
pada elemen pembentuk bangunan.

Adapun presentasi berupa :

- **Latar belakang**

Latar belakang menjelaskan tentang trend fashion yang semakin berkembang, adanya image pusat perbelanjaan yang ada sekarang ini, street sebagai ruang publik yang aktif dan cukup menarik jika diambil sebagai konsep dasar, potensi kota Jakarta terhadap fashion sangat cocok untuk pemilihan lokasi.

- **Spesifikasi proyek**

Spesifikasi proyek menjelaskan tentang fungsi bangunan yakni bangunan komersial dan nama proyek adalah Jakarta Youth Fashion, penggunaannya adalah kaum remaja, dan lokasi sitenya berada di jalan Probolinggo no.1 Menteng Jakarta Pusat

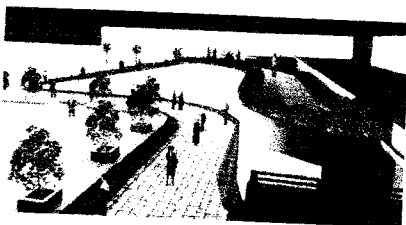
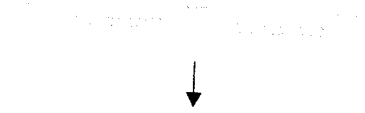
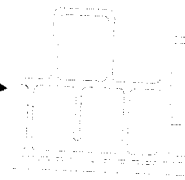
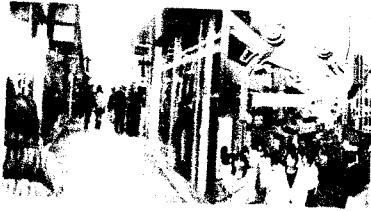
- **Tema yang diangkat**

Tema yang diangkat adalah fashion dengan pendekatannya adalah kaum remaja dengan mengenal sifat dan karakteristik kaum remaja .

- **Konsep**

Konsep yang diambil adalah Street Harajuku dan style Harajuku yang akan dipakai sebagai pembentuk bangunan, berupa ciri-ciri street dan style Harajuku yang akan ditransformasikan menjadi "Street as Building" pada elemen pembentuk bangunan.

Style Harajuku & Street di Distrik Harajuku, Jepang = difungsikan sebagai pola sirkulasi bangunan



- **Pemilihan site dan peta lokasi**

Site dipilih berdasarkan keberadaannya pada area komersial dan pada area pendidikan, mengingat sasaran proyek adalah remaja, kemudian pencapaian ke bangunan, dan yang terakhir adalah potensi site yakni potensi Menteng office park pada sisi sebelah selatan memberikan keunggulan view.

Peta lokasi dijelaskan dengan foto site serta batas-batas site dan batas-batas kawasan.

- **Analisis site**

Analisis site menjelaskan tentang potensi dan kendala site serta solusinya

- **Kebutuhan ruang dan besaran ruang**

Kebutuhan ruang dan besaran ruang ditampilkan sebagai pelengkap untuk memberikan gambaran tentang fasilitas-fasilitas yang disediakan dan ruang-ruang yang dibutuhkan dengan besaran ruangnya.

• **Pertanyaan Dosen Penguji : Ir. Handoyotomo, MSA**

1. Penekanan akan mengarah pada street atau style dari Harajuku?
2. Apakah ciri-ciri style Harajuku cukup terwakilkan pada konsep, dengan mengenai sifat asimetris, bebas dan warna-warna menonjol saja pada bangunan?
3. Apakah cukup dengan terwakilkannya jalan/sirkulasi asimetris yang saling terhubung oleh magnet-magnet menyebar saja sebagai transformasi Street Harajuku yang dipakai sebagai konsep perancangan? Karena pada dasarnya hal tersebut umum terjadi pada pusat perbelanjaan.
4. Pada pendekatan konsep fasad bangunan bab IV, point yang menyatakan bidang bukaan hanya terdapat pada pintu masuk dan jendela di bagian depan apakah benar? karena kurang sesuai dengan ilustrasi desainnya.

• **Komentar Dosen Penguji : Ir. Handoyotomo, MSA**

1. Pengenalan street Harajuku dan style Harajuku yang dipakai sebagai konsep perancangan, dengan menyebutkan ciri-ciri asimetris, bebas, warna mencolok kurang terwakilkan pada bangunan yang direncanakan. Karena orang secara umum, tidak akan mengetahui bahwa bangunan tersebut berangkat dari konsep street Harajuku dan style Harajuku.
2. Pada BAB III analisis, street (jalan) sebagai penekanan yang diangkat belum teranalisis.
3. Pada pendekatan konsep fasad bangunan bab IV, point yang menyatakan bidang bukaan hanya terdapat pada pintu masuk dan jendela di bagian depan tidak sesuai dengan gambar ilustrasi desain.



Karena pada kenyataannya gambar ilustrasi banyak terdapat bidang-bidang bukaan

• **Komentar Dosen Pembimbing : Ir. Arman Yulianta, MURP**

1. Penjelasan saat presentasi sedikit keliru. Yakni pada statement yang menyatakan *style Harajuku* juga dipakai sebagai konsep selain *street*. Seharusnya street saja yang perlu digaris bawahi. Karena *style/mode* tidak akan sepenuhnya bertahan sepanjang tahun, dan akan mengalami pergantian, sehingga *style* tidak akan cocok dipakai sebagai konsep dasar perancangan, walaupun *style* tersebut dikenal dengan sebutan *dandanan tanpa aturan*.
2. Karya dekonstruksi contohnya pada *style Harajuku* yang dikenal sebagai *dandanan tanpa aturan*, jika disebutkan ciri-cirinya maka tidak akan dikenal lagi sebagai sebuah karya yang dekonstruktif (tanpa aturan).

Oleh karena itu, jika pengenalan konsep melalui sifat dan karakteristik style tersebut akan menimbulkan permasalahan baru.

3. Penjelasan Conceptual Planning tentang transformasi street diibaratkan sebagai jalan kolektor adalah keliru, seharusnya transformasi lebih mengacu kepada pola street yang sudah ada.
4. Lebih banyak mempelajari pola-pola street, yang nantinya akan diterapkan dan menghasilkan redesain street.

#### • KESIMPULAN

1. Garis besar penekanan berupa :

***Transformasi style Harajuku berupa "Street as Building" pada elemen pembentuk bangunan***

Penjelasan tentang penekanan yang perlu digaris bawahi adalah Street, tidak pada style Harajuku. Karena style dan mode akan selalu mengalami pergantian dan tidak akan sepenuhnya bertahan sepanjang tahun, meskipun style tersebut dikenal dengan sebutan *dandanan tanpa aturan*. Karena yang perlu digarisbawahi adalah street, maka penekanan akan mengalami perubahan menjadi :

***Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan ("Street as Building")***

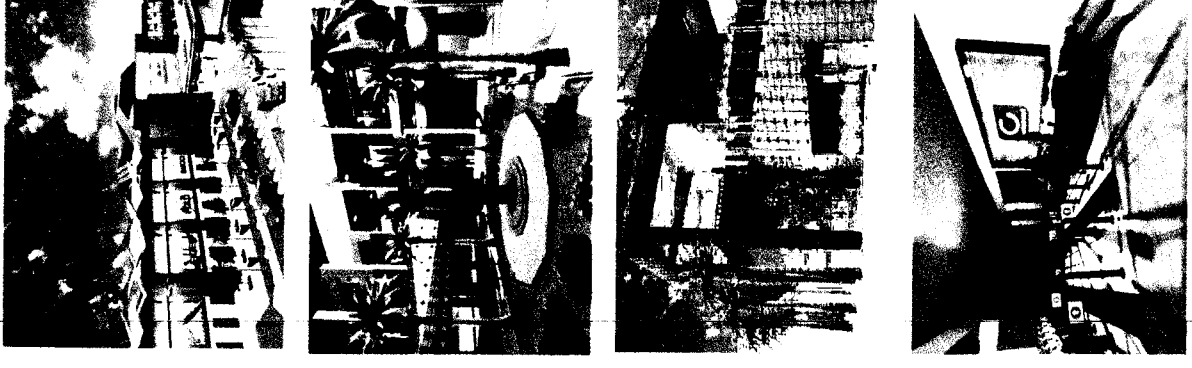
2. Memperbanyak konsep street, selain Harajuku Street. Yakni dengan mencari type-type street lainnya, dan mengamati serta menerapkan pola - pola street yang didapat, tidak terpaku hanya pada Harajuku Street sehingga konsep yang diangkat jelas dan terdefinisi variabel-variabelnya.
3. Pada BAB III , konsep street perlu dianalisis.
4. Pada pendekatan konsep fasad bangunan point yang menyatakan *Bidang bukaan hanya terdapat pada pintu masuk dan jendela di bagian depan* perlu direvisi dan diganti.





# JAKARTAYOUTH fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(Street as Building)



SCHEMATIC DESIGN

Perilaku Remaja .....> DiHubungkan dengan Street

Model kedatangan

- walk  berjalan
- taxi
- auto  mobil, sepeda motor

STREET

FASHION SHOP

Personal variabel

- waktu yang ditempuh dalam berjalan
- biaya perjalanan  karasis
- kenyamanan

Tujuan perjalanan

- shopping  berbelanja
- olahraga
- hunting  melihat lihat barang
- rekreasi

Path variabel

- jarak berjalan
- image, interest
- perlindungan cuaca
- security  keamanan
- petunjuk jalan

Land use

- store building  pertokoan
- street



PENGIKAT INTERAKSI

PROFIT KOMERSIAL

RAMAI

MAGNET KOMERSIAL

SOSIAL

AKTIF

RAMAI

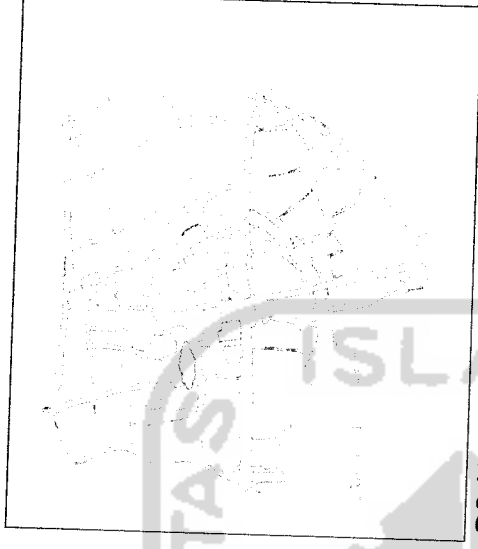
FASHION SHOP DENGAN PENGHUBUNG STREET YANG .....

- SAFE  AMAN
- COMFORTABLE  NYAMAN
- PLEASANT  MENYENANGKAN
- SEQUENTIAL VIEW
- CONTINUOUS  KEBERLANJUTAN

# Functional Concept

# Analisa Pola Sirkulasi

## ROTERNBURG , ITALY



PLAN OF ROTERNBURG, ITALY

KONSEP

ORGANIS

BEBAS ASIMETRIS

TIDAK KAKU

TIDAK MONOTON

ORGANIS

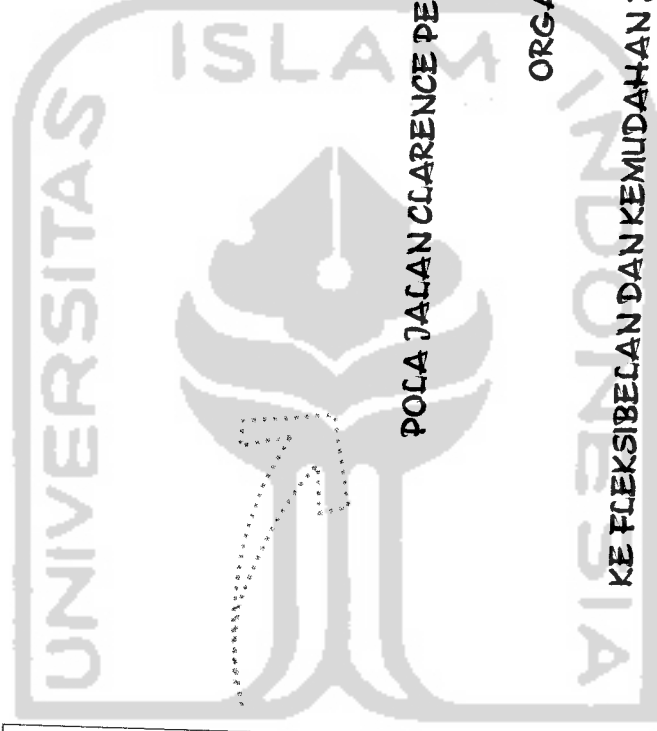
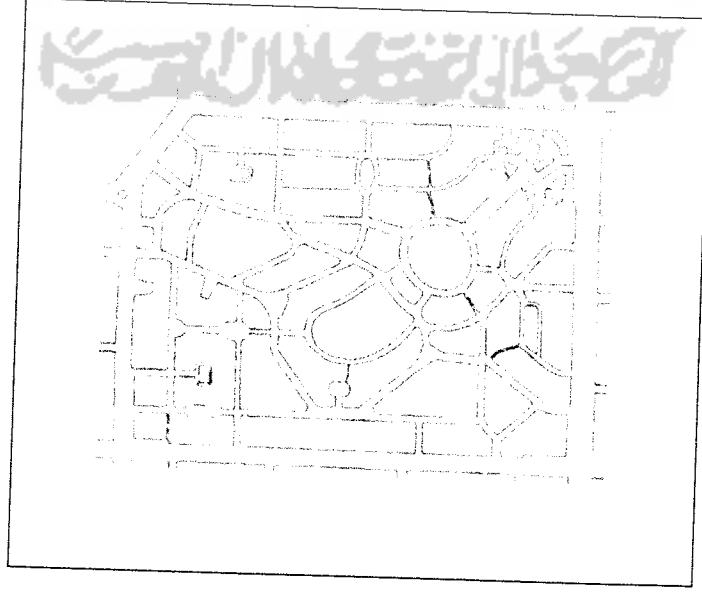
SANGAT FLEKSIBEL DALAM PENCAPAIAN NODE TITIK TERTENTU

PENGARUH PERGERAKAN YANG TIDAK MONOTON

VISUAL MENARIK

# Analisa Pola Sirkulasi

## CLARENCE PERRY'S NEIGHBOURHOOD UNIT



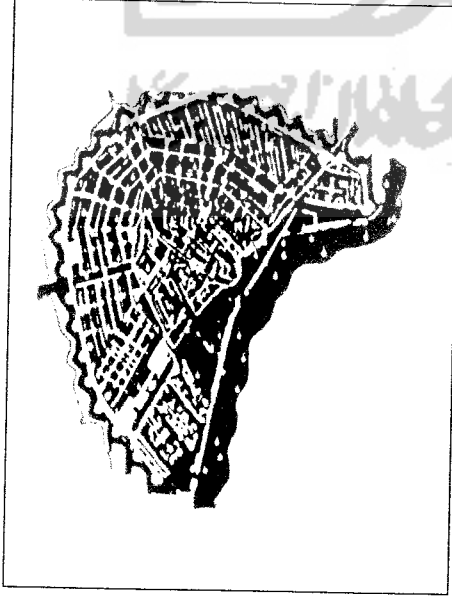
POLA JALAN CLARENCE PERRY'S NEIGHBOURHOOD UNIT

ORGANIS

KE FLEKSIBELAN DAN KEMUDAHAN JANGKAUAN DARI TITIK KE TITIK CAIN

BANYAKNYA PERSIMPANGAN JALAN, MEMBERIKAN BANYAK ALTERNATIF JALAN

PENGADOPSIAN POLA SIRKULASI SPYDER WEB [JARING LABA-LABA] PADA COPENHAGEN [DENMARK] PLANNING STRATEGI



TERDAPAT BANYAK PERSIMPANGAN [INTERSECTIONS]

POLA YANG DIPAKAI

PENGELMINASIAN ARUS LALU LINTAS PADA PINTU MASUK BUSSINESS DISTRICT

TRANSISI DARI SATU SQUARE KE SQUARE LAIN, YAKNI DARI TOWN HALL SQUARE KE

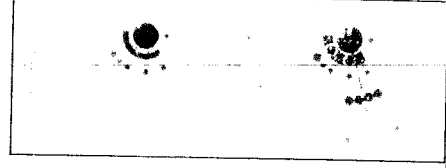
KINGS NEW SQUARE DENGAN MEDIA STREET PEDESTRIAN

PEDESTRIAN MENYEDIAKAN:

PEMUSATAN OPEN SPACE DITANDAI DENGAN AIR MANCUR DAN TOWER

OPEN PLAZA SEBAGAI CULTURAL DAN HISTORIC LANDMARK KEGIATAN SANTAI [INFORMAL ENTERTAINMENT]

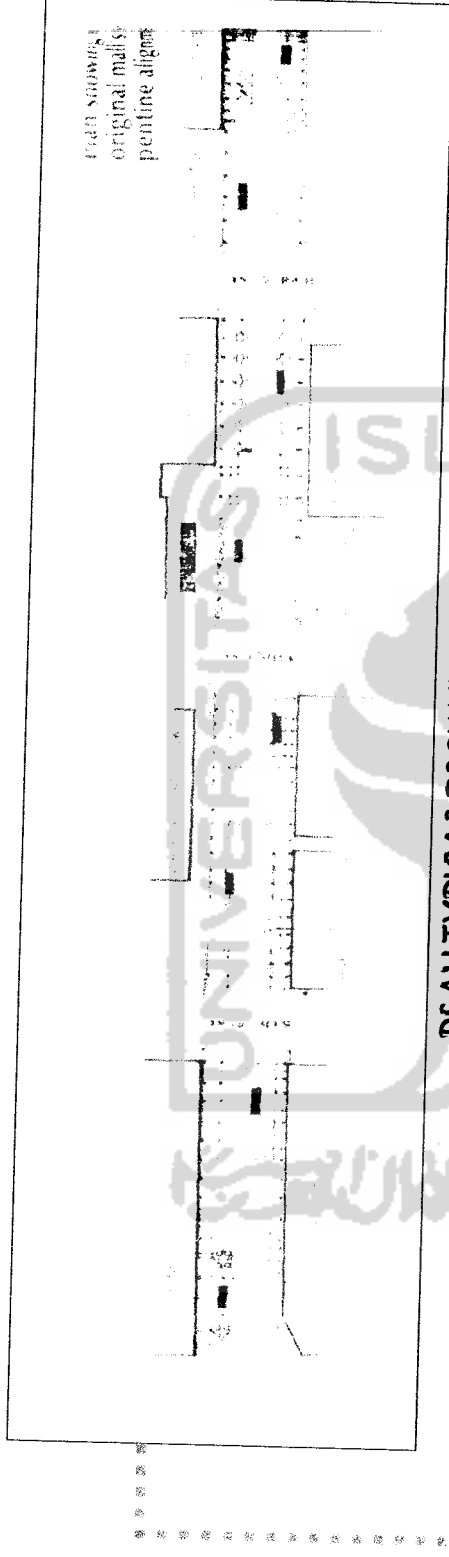
VARIASI BENTUK DAN UKURAN ARCADE



BENTUK MENJARI SPYDER WEB [SEBAGAI PEMUSATAN AREA]

## Analisa Pola Sirkulasi

## NICCOLETT MALL, DOWNTOWN MINNEAPOLIS



### STRATEGI

- MEMBUAT KOMBINASI YANG UNIK DENGAN MENYEDIAKAN FASILITAS NONRETAIL, YAKNI: RESTORAN, HIBURAN, PUBUK SPACE, STREETScape, DAN SPECIAL EVENT
- MENGEMBANGKAN SENI YANG KREATIF PENGGUNAAN OPEN SPACE DAN STREETScape UNTUK MENGUATKAN IMAGE MALL
- MEMBUAT LINGKUNGAN SANTAI MALL SEBAGAI FOKUSNYA, RETAIL DAN NON RETAIL BERGABUNG MEMBERIKAN SUASANA YANG WAH! PADA AREA TERSEBUT
- STREET DAN RETAIL MEMBERIKAN SIMBOSIS MUTUALISME MENGGUNAKAN
- MENYEDIAKAN AKSES YANG MUDAH BAGI MOBIL, PARKIR, DAN PEJALAN KHAKI

## Analisa Pola Sirkulasi



SKYWAY IN NICOLLET MALL

### PERGERAKAN PEDESTRIAN

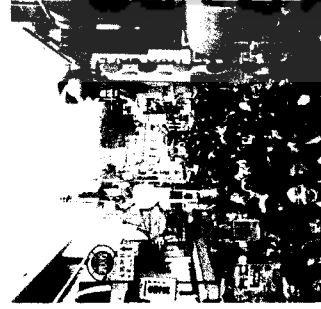
SISTEM DARI PEJALAN KHAKI JUGA MENGGUNAKAN SKYWAY SEBAGAI KONEKSI UNTUK Mendukung Aktifitas Retail yang Nyaman dalam segala suasana  Pengaruh Musim dan Cuaca

Jalur Pedestrian yang kuat, atraktif dan comfortable disediakan diantara fasilitas hiburan dan Nicolle Mall Retail, dengan penggunaan skyway

Convention Centre dan Head Quarters Hotel, dan supportive parking selalu dihubungkan dengan Retail Mall sisepanjang jalan dan juga oleh skyway

## Analisa Pola Sirkulasi

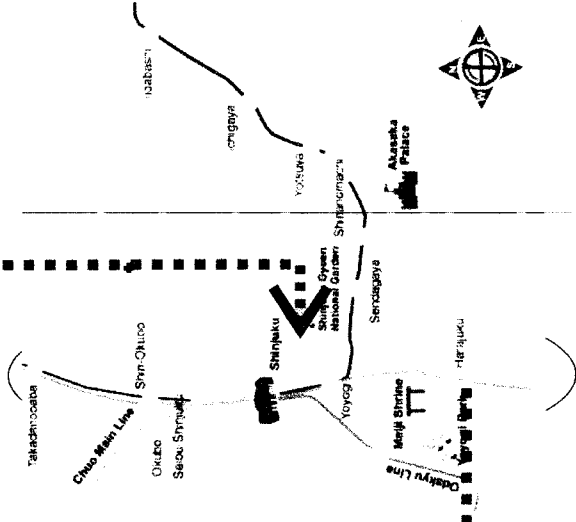
# Analisa Pola Sirkulasi



## HARAJUKU STREET

DISEPANJANG HARAJUKU STREET SAMPAI SHINJUKU STREET BANYAK TERDAPAT RETAIL, RETAIL PERBELANJAAN DAN PUSAT PERBELANJAAN YANG SANGAT PANJANG RUTENYA

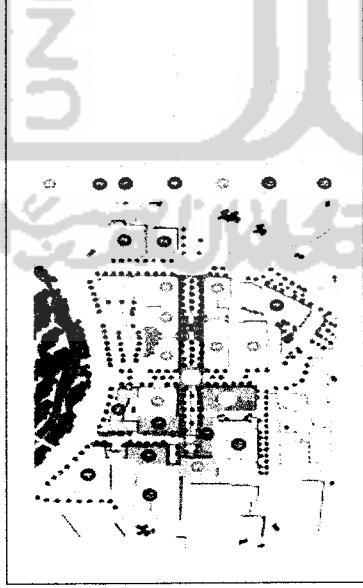
RUTE SIRKULASI PADA PUSAT PERBELANJAAN TERSEBUT AKAN DIAPLIKASIKAN PADA SIRKULASI DALAM DAN LUAR BANGUNAN YANG AKAN DIRANCANG





1. SAFE & AMAN  
MENURUT PENDEKATAN SIFAT REMAJA

JALAN YANG TIDAK MEMINIMALISIR PERSIMPANGAN & INTERSECTION



PLAN OF SHRILINGTON, INGGIS

ACUR SIRKULASI MENJADI LEBIH BANYAK PICIHAN



SKYWAY IN COPENHAGEN



2. COMFORTABLE,

KENYAMANAN BERUPA :  
· TEMPERATUR UDARA  
· PANAS SINAR MATAHARI  
· KENYAMANAN BERJALAN

APLIKASI DISAIN  
DALAM PENDEKATAN REMAJA  
PADA PEMILIHAN BENTUKAN ATAP YANG MENARIK DAN  
BERSIFAT TEMBUS PANDANG SEHINGGA SINAR MATAHARI  
TIDAK TERLALU MENYENGAT KETIKA SIANG HARI

BENTUKAN ATAP EMPUNYAI KISIKISI SEHINGGA EFEK  
JATUH SINAR CUKUP MENARIK DENGAN MEMBERIKAN  
BAYANGAN.

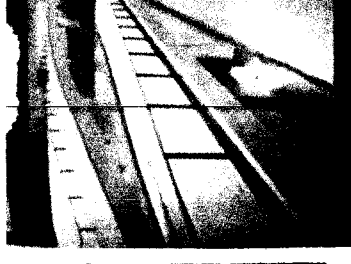
3. PLEASANT [MENYENANGKAN] [MENURUT PENDEKATAN SIFAT REMAJA

SENSASI MENYENANGKAN PADA SETIAP JALUR

JALUR SIRKULASI YANG TIDAK MONOTON



HORTON PLAZA



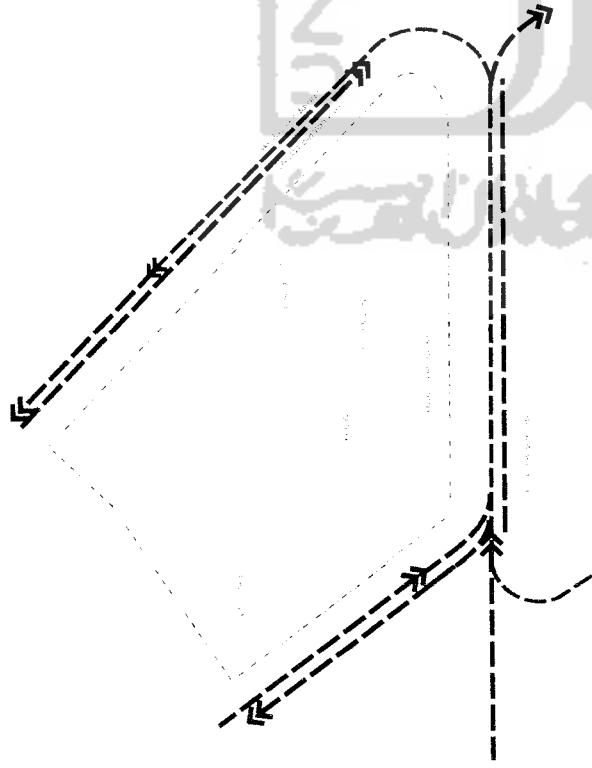
4. SEQUENTIAL VIEW

DALAM PENDEKATAN REMAJA

TRANSISI DARI SUATU TEMPAT KE TEMPAT LAIN  
DARI SUATU SPACE KE SPACE LAIN  
DARI RUANG TERTUTUP KE TERBUKA

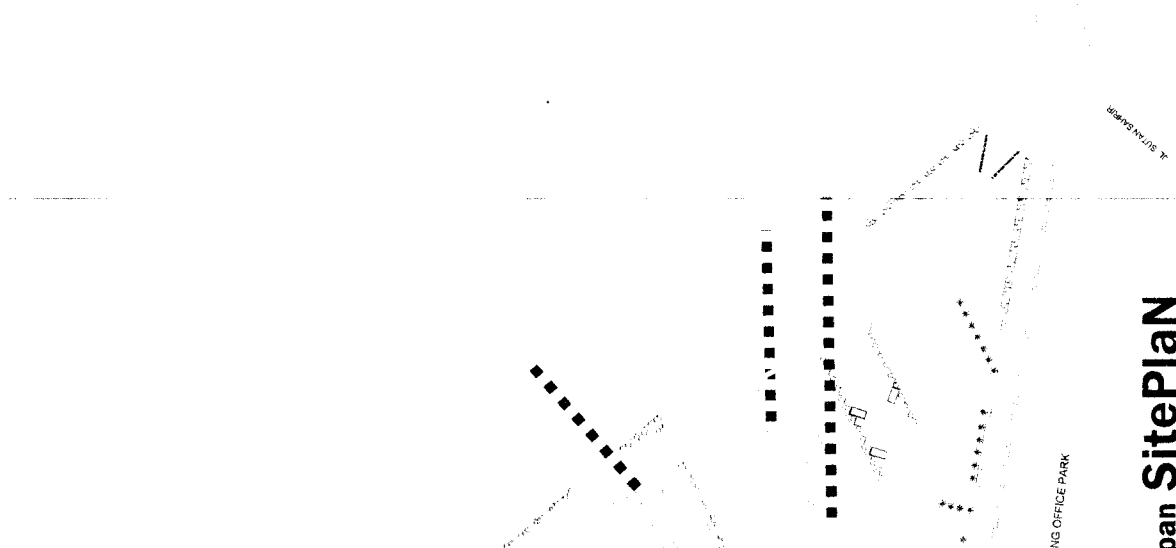
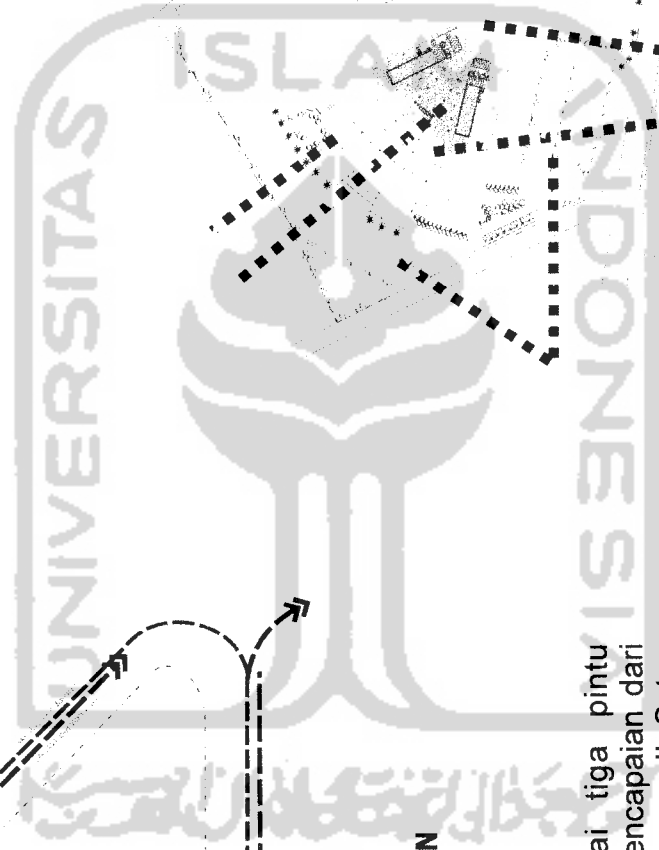
KETIDAK MONOTANAN VIEW

PEMANDANGAN BERBEDA PADA SETIAP VIEW



Sirkulasi BaNguNaN

Sirkulasi bangunan mempunyai tiga pintu entrance untuk memudahkan pencapaian dari segala arah yaitu dari jl. Probolinggo, JL.Sutan Syahrir, dan jl. Cik ditiro 2

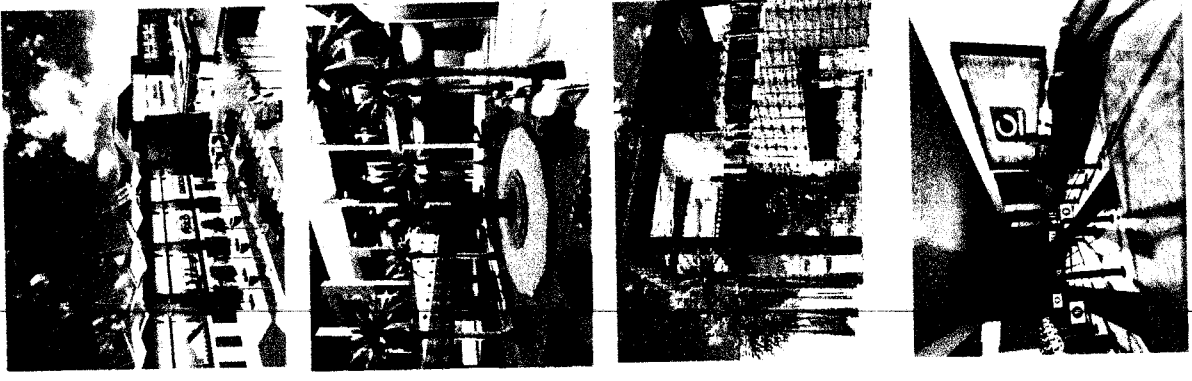


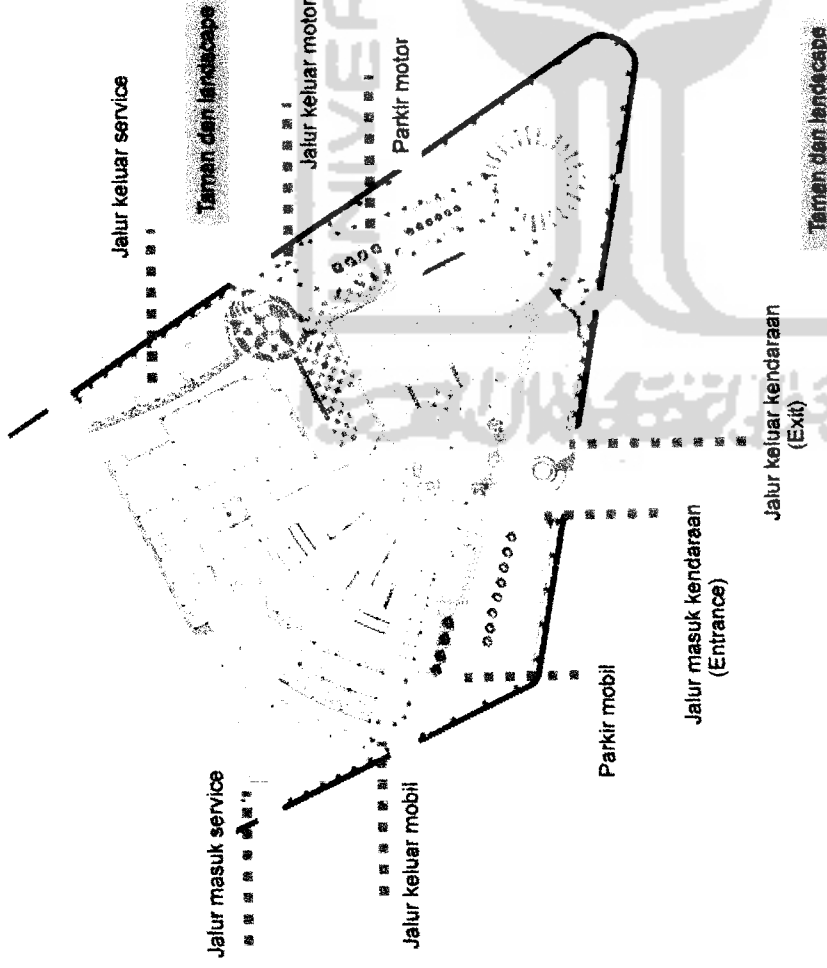
## Penerapan SitePlan



# JAKARTAYOUTH fashion

Transformasi jalan sebagai elemen pembentuk bangunan  
(*Street as Building*)





## spesifikasi bangunan

Bangunan yang dirancang adalah mall, yang merupakan bangunan publik. Perancang berusaha mendesain agar bangunan tersebut dapat memenuhi dan mempertimbangkan aspek safe, pleasant, comfortable dan

Lokasi : berada pada kawasan Menteng, tepatnya jl. Probolinggo no.1 Jakarta Pusat  
Luas Lahan : 20.000 m<sup>2</sup>  
Luas Bangunan : kurang lebih : 12.000 m<sup>2</sup>  
BCR : 60 % bangunan 40 % landscape  
Jumlah lantai : dibagi beberapa bagian, 2 lantai bagian depan dan 3 lantai bagian belakang

Pusat perbelanjaan tidak hanya menyediakan ruang untuk berbelanja saja, melainkan juga harus menyediakan ruang yang dapat menunjang dan memfasilitasi kegiatan - kegiatan yang ada disana. Tidak hanya itu saja, pusat perbelanjaan harus mempunyai daya pikat tersendiri baik konsep maupun desainnya sehingga mampu menarik pangsa pasar khususnya para remaja yang sarat akan fashion dan mode.

Titik berat perancangan adalah building desain yang mengatur pertetakan ruang dengan sirkulasi yang pada dasarnya harus mampu mendukung kenyamanan ruang dari pusat perbelanjaan tersebut yang mengutamakan aspek safe, comfortable, pleasant dan sequential view

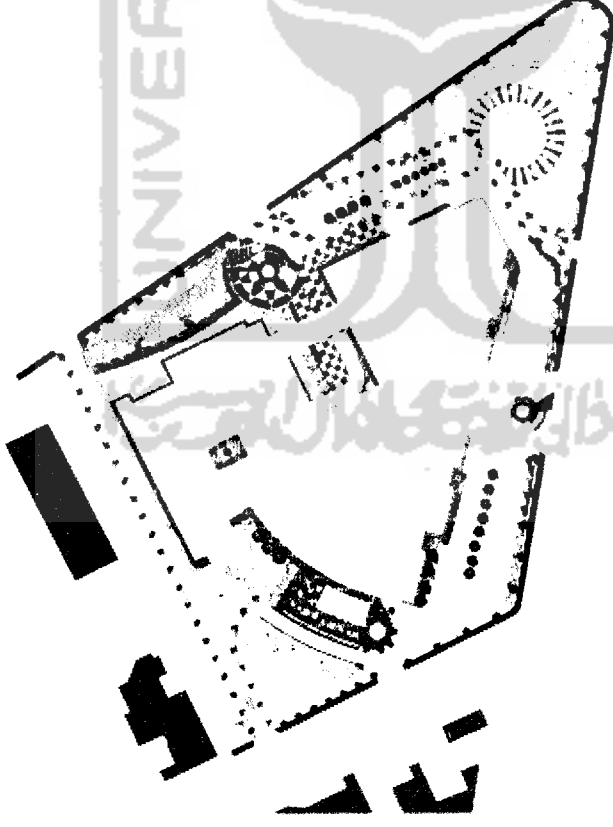
Lokasi berada di kecamatan Menteng, jl. Purbolinggo

Batas-batas site :

- Sebelah utara : kantor, perumahan penduduk
- Sebelah barat : kios-kios kerajinan tangan dan seni
- Sebelah selatan : Menteng Office Park
- Sebelah timur : Residen Aquilina

Batas-batas kawasan :

- Sebelah utara : Kebon Sirih
- Sebelah barat : Kec. Tanah Abang
- Sebelah selatan : Kec. Setiabudi Jakarta Selatan
- Sebelah timur : Cikini, Pegangsaan



Pada sisi site sebelah selatan terdapat taman kota "Menteng Office Park" yang dapat dijadikan orientasi bangunan dan view yang menarik dari bangunan.

Area servis diletakkan di area belakang dengan peletakan gudang sementara, penjangkauan terhadap distribusi ke masing-masing blok adalah dengan menyediakan gudang pada setiap blok bangunan dengan sarana tangga servis maupun lift barang

Food court yang berada didalam ruangan (tertutup) berada pada area tengah, yang fungsinya melayani area depan blok bangunan

Fashion retail adalah tujuan utama dari pusat perbelanjaan ini, oleh sebab itu perletakan fashion retail pada area belakang dikarenakan agar fasilitas fasilitas lain yang bukan menjadi tujuan utama dapat terlewati oleh pengunjung.

Food court yang bersifat terbuka berada pada area paling sebelah barat dengan desain terbuka untuk mendapatkan view yang menarik karena disekitar area ini terdapat taman

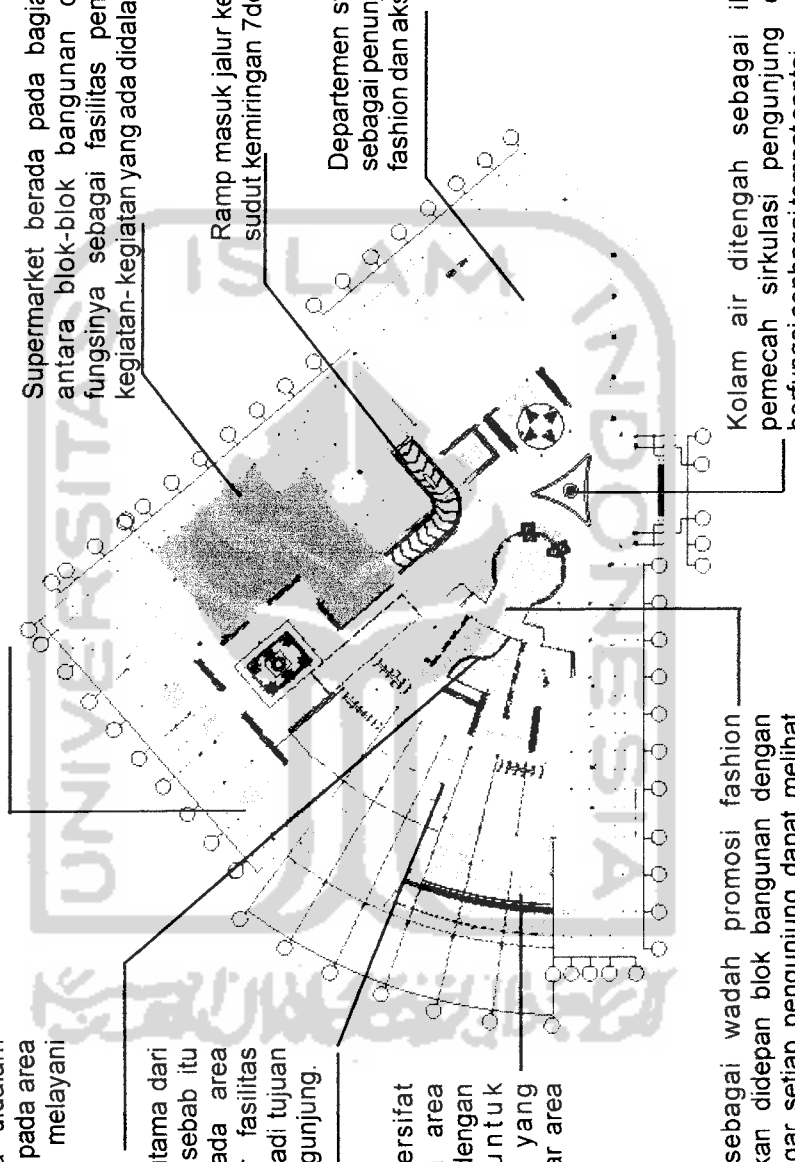
Stage sebagai wadah promosi fashion ditampilkan di depan blok bangunan dengan tujuan agar setiap pengunjung dapat melihat langsung ketika pertama kali memasuki entrance dalam bangunan

Supermarket berada pada bagian peralihan antara blok-blok bangunan dikarenakan fungsinya sebagai fasilitas penunjang dari kegiatan-kegiatan yang ada didalamnya.

Ramp masuk jalur kendaraan dengan sudut kemiringan 7derajat.

Departemen store berada di blok depan sebagai penunjang dari kegiatan promosi fashion dan aksesoris.

Kolam air ditingah sebagai ikon pemecah sirkulasi pengunjung dan berfungsi sebagai tempat santai



# DENAH LT. 1

Movie station diletakkan pada blok bangunan belakang karena untuk menghindari kepadatan pengunjung pada area depan.

Peletakan servis pengunjung berupa transportasi vertikal yaitu lift untuk penjangkauan blok belakang.

Pada lantai 2, Area servis tetap diletakkan di area belakang dan bersifat menerus dengan peletakan gudang sementara dan penjangkauannya terhadap distribusi ke masing-masing blok adalah dengan menyediakan gudang pada setiap blok bangunan dengan sarana tangga servis maupun lift barang

Sirkulasi selasar retail yang langsung berhubungan dengan udara luar sebagai pembentuk bangunan dan menghubungkan blok-blok bangunan yang dikelilinginya.

Skyway berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan departement store dan supermarket.

Kehadiran void dirancang untuk membawa sirkulasi angin masuk, sehingga tidak terkesan sumpek.

Peletakan servis pengunjung berupa transportasi vertikal yaitu lift untuk penjangkauan blok depan

Retail fashion yang bersifat berdiri sendiri (terpisah dari bangunan induk) dirancang untuk mendapatkan kesan yang berbeda dari bangunan utama yang bersifat tertutup (tidak berhubungan dengan udara luar)

Departement store yang menerus dari lantai satu dan dua merupakan sarana penunjang bagi keberhasilan kegiatan promosi retail, oleh sebab itu area ini adalah yang paling luas jika dibandingkan dengan ruang lainnya.



Tampak bangunan banyak mengekspos adanya papan promosi, vegetasi dan tempat duduk pada setiap jalur sirkulasi



tampak dari sisi arah syahbana



tampak dari skyway

tampak depan

Keragaman bentuk atap dan material penutupannya merupakan salah satu pengeksposan dari sifat remaja yang tidak menyukai bentuk kemonotonan.



tampak dari al pabrolago



tampak dari al pabrolago

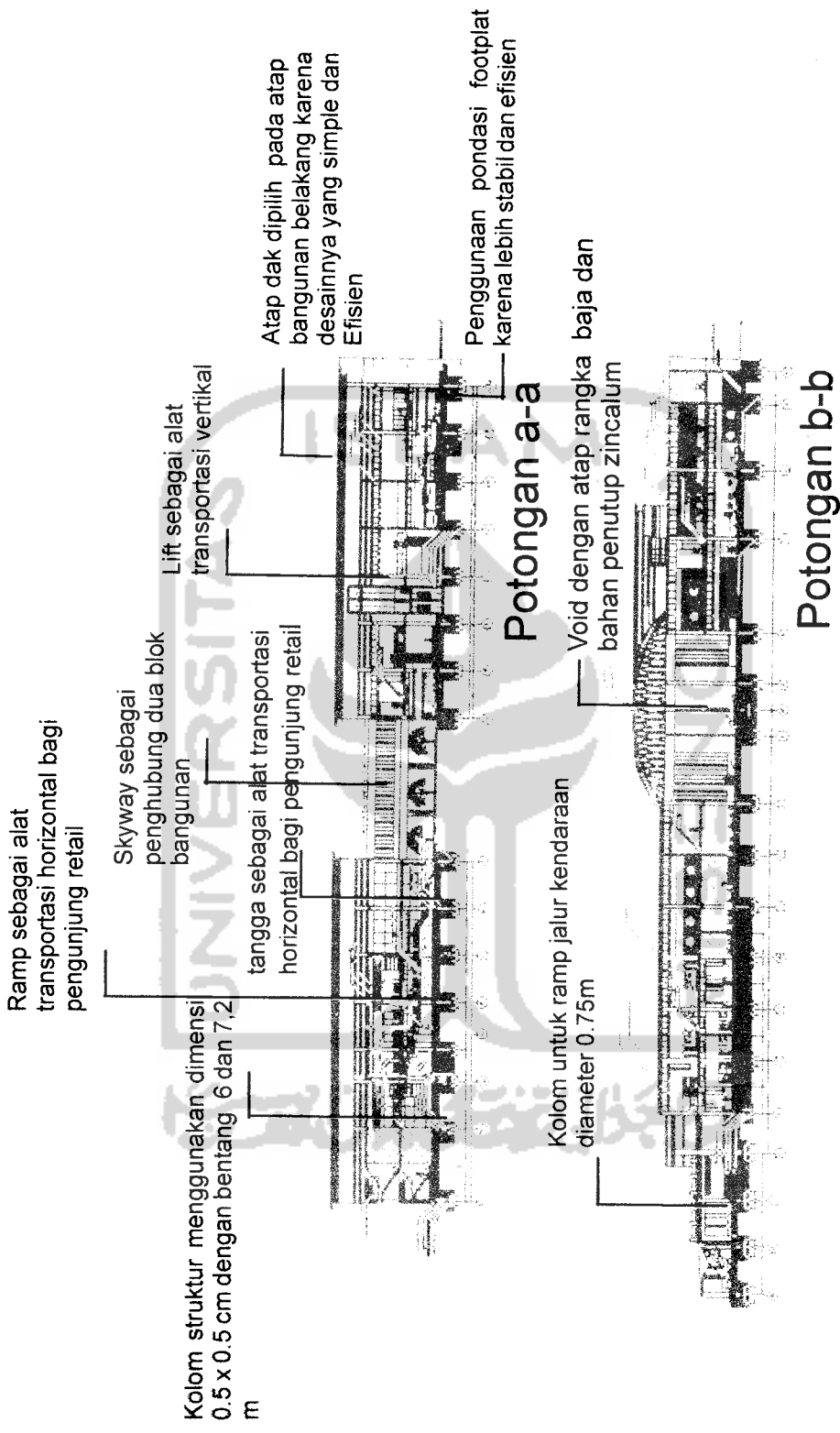
tampak samping kanan

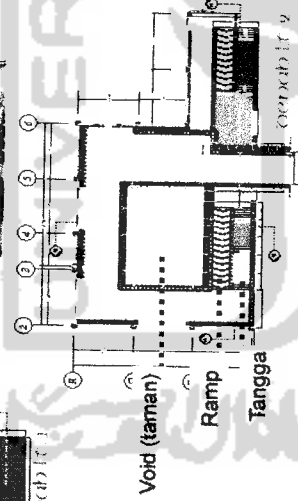
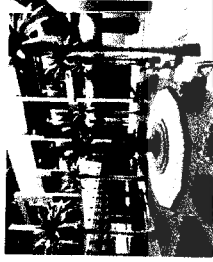
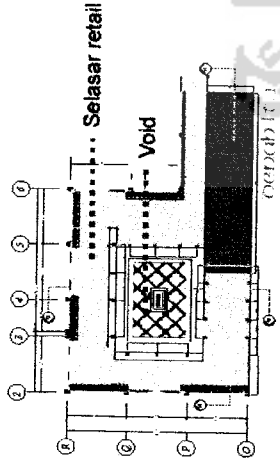
tampak samping kiri

### keterangan

Bentuk tampak diambil dari karakter jalan dan remaja. Karakter jalan (street) yang diambil adalah adanya skyway yang menghubungkan antara satu blok bangunan dengan bangunan lainnya. Karakter jalan lainnya yang diambil adalah adanya jembatan layang sebagai ramp parkir di lantai atas. Tampak pada bagian luar bangunan banyak memakai bentuk repetisi kolom yakni pada bagian skyway, dan kolom pada jembatan layang yang menimbulkan kesan berirama. Sedangkan karakter remaja yang diangkat adalah ketidak monotonan sirkulasi, yakni dengan menggunakan tangga, ramp, jembatan maupun transisi dari ruang terbuka ke ruang tertutup sehingga menimbulkan sequential view yang tidak membosankan.

03512069

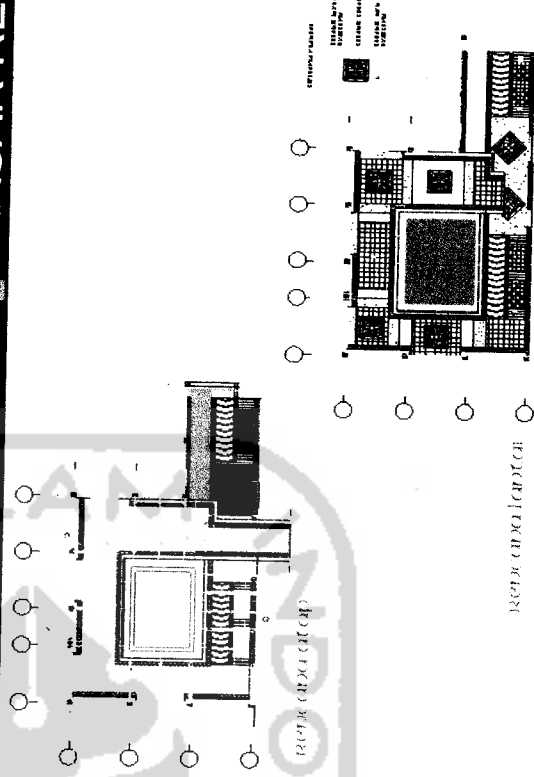




Selasar retail merupakan suatu bentuk ruang transisi dari ruang tertutup keruang terbuka. Pengeksposan kolom dan bentuk repetisinya merupakan pengaplikasian dari karakter jalan yang kuat dan kokoh.

Sedangkan warna kolom yang mencolok sebagai simbol karakter remaja yang menyukai warna terang dan mencolok. Pada selasar retail terdapat void yang merupakan taman dan berfungsi sebagai tempat istirahat ataupun sebagai tempat santai. taman tersebut menyediakan tempat duduk untuk beristirahat pada sebelah sisinya dan pohon palem sebagai simbol penehuh.

## DENAH SIRKULASI SELASAR RETAIL



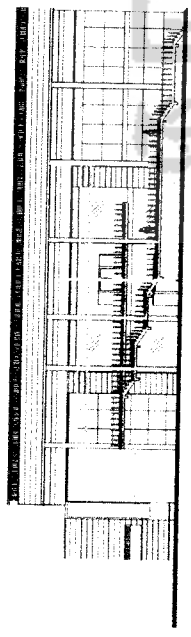
Atap yang dipakai sebagai simbolis dari kaum remaja adalah yang bersifat transparan,, maka dipilih bahan polycarbonat.

Penegasan kolom atau bentuk repetisi kolom dengan ukuran 0.75 x 0.5 juga dipilih sebagai simbolisasi atau penegas sirkulasi didalam selasar ini.

Perbedaan ketinggian level lantai dihubungkan dengan tangga t:15 cm l : 20 cm dan ramp dengan sudut kemiringan 7 derajat.

Selasar retail berfungsi untuk menghubungkan fasilitas satu dengan fasilitas lainnya, sehingga sirkulasi dari selasar ini dapat disebut sebagai pemn bentuk bangunan

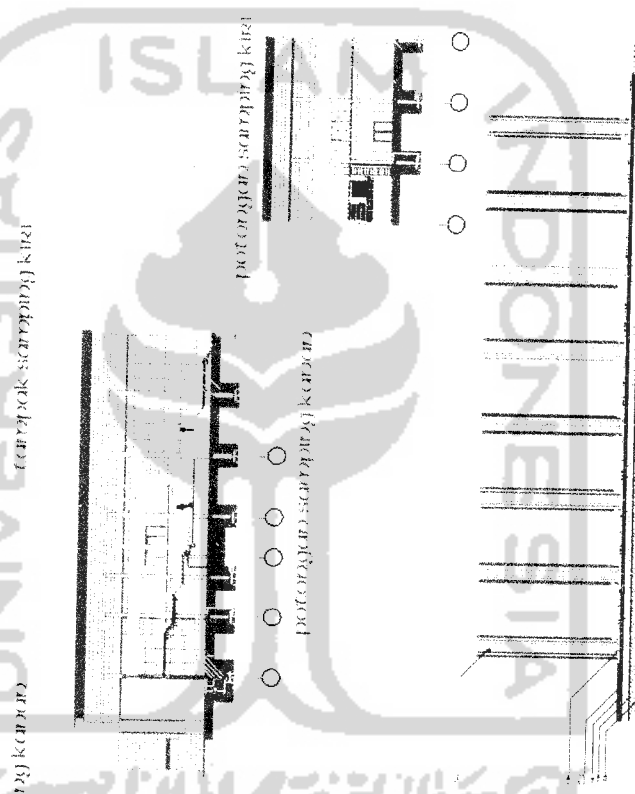
Kesan minimalis bangunan ditunjukkan dengan bentuk-bentuk geometri simple dengan perpaduan warna orange kecoklatan pada bentuk ekspos kolom yang digunakan.



(CAMPURAN SERTIPING KEMBU)

Bentukan atap dak pada repetisi kolom dan keseluruhan bangunan (sirkulasi retai) dimaksudkan sebagai pengarah sirkulasi yang berkelanjutan.

Perbedaan level ketinggian lantai selalu dihubungkan dengan tanggapan ramp yang sekelilingnya dibatasi dengan railing stainless, jarak setiap railing adalah 50cm dengan diameter railing 10cm, dan tinggi railing 0,75 cm.



Railing yang membatasi selasar retail ini juga dibatasi oleh tanaman hias yakni bunga asoka

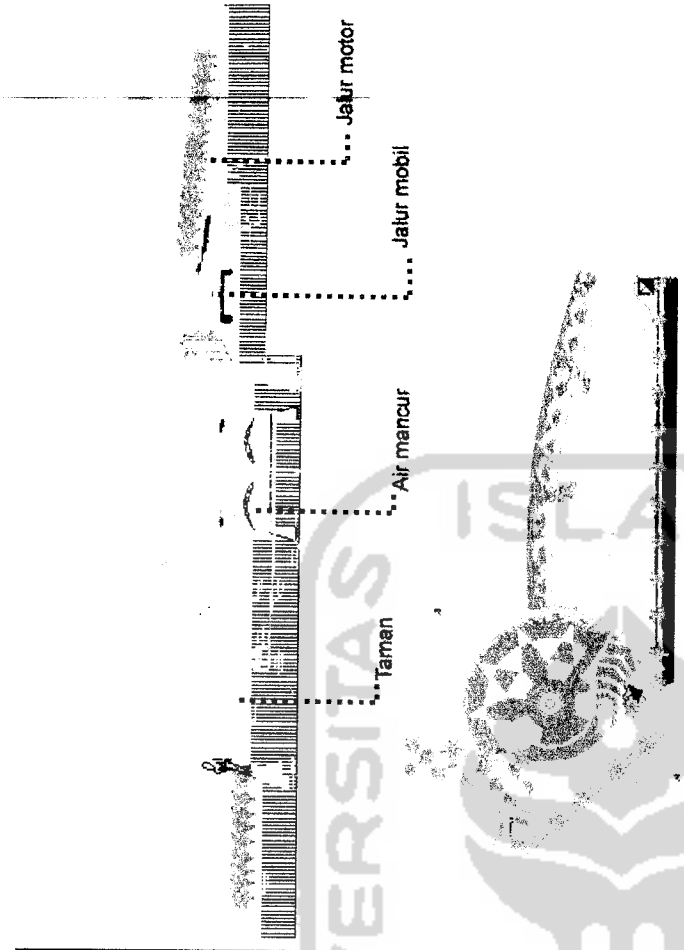
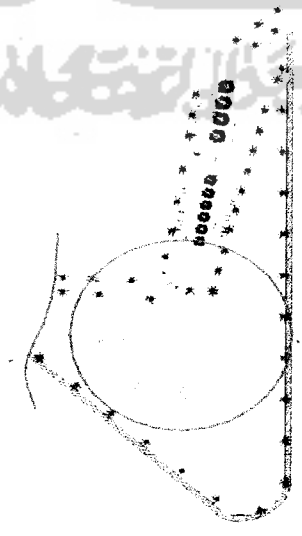
**DETAIL**  
SKALA 1:10



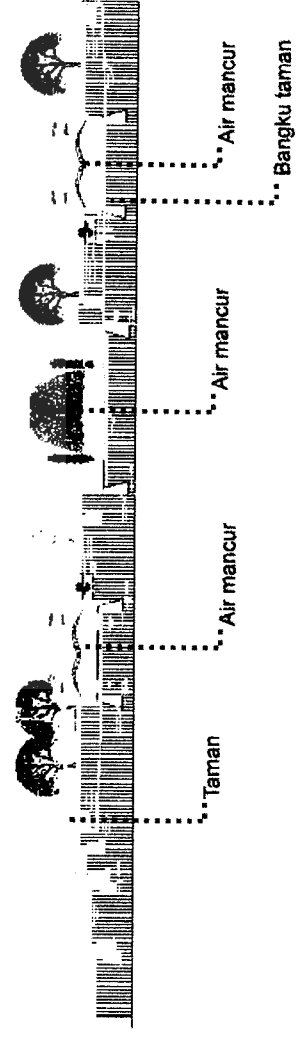
eksterior selasar

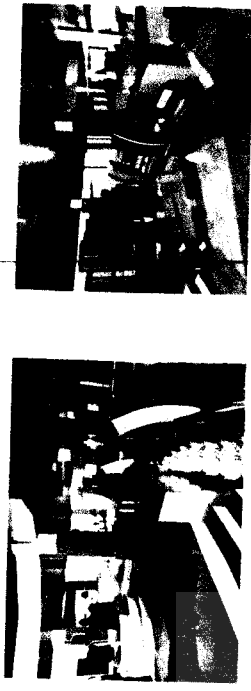
# LANDSCAPE

Landscape taman yang jaraknya tidak terlalu jauh dari parkir kendaraan bermotor berfungsi sebagai tempat santai dan rekreasi. Taman yang mengangakat konsep jalan ini mengadopsi beberapa konsep street yakni adanya air mancur, lampu jalan, bangku taman, vegetasi sebagai pengarah, paving sebagai pengarah sirkulasi.



Landscape taman yang berada di pintu timur ini juga berfungsi sebagai tempat rekreasi. Adanya level bertingkat dari jalur kendaraan motor, mobil dan taman menjadikan area ini mempunyai sudut pandang dan sequential view yang menarik. Keleluasaan pengunjung yang sedang bersantai di area ini untuk melihat keadaan sekitar juga menjadi point penting di area terbuka ini.



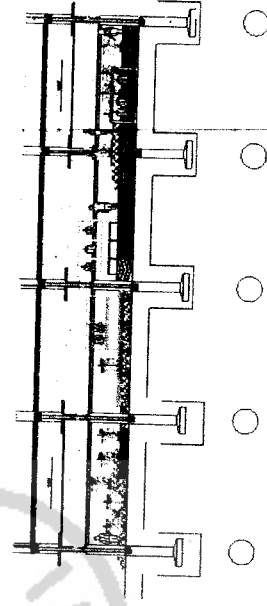


- ..... Display barang
- ..... Pembatas ruang berupa dinding tinggi 50 cm
- ..... Bangku
- ..... Box minuman
- ..... Tangga
- ..... Ramp

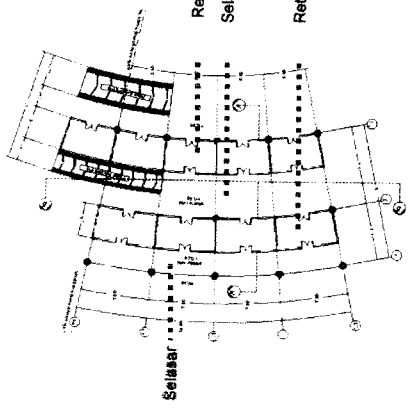


Interior Department Store

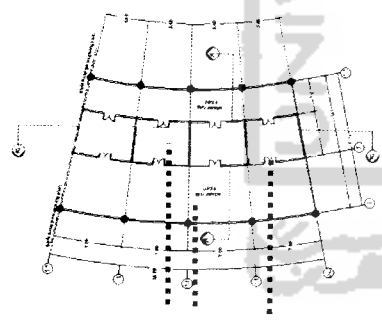
## DENAH SIRKULASI SELASAR RETAIL



Layout interior departement store mengadopsi konsep jalan dimana didekat display fashion dan aksesoris selalu tersedia bangku atau tempat duduk untuk istirahat, pembatas ruang berupa dinding setinggi 50 cm dengan tanaman hias diatasnya, box minuman, serta tanaman hias lainnya. Hal ini didasari agar para pengunjung dapat nyaman ketika berbelanja dan dapat menikmati waktu selama berbelanja.

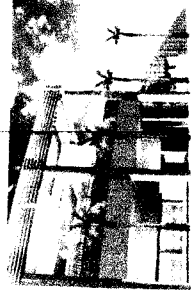


bercab It.1



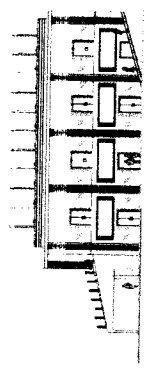
bercab It.2

Retail fashion dan aksesoris merupakan bangunan yang terpisah dari bangunan utama. bangunan ini merupakan keberlanjutan dari sirkulasi selasar retail. Retail retail yang ada mempunyai dua sisi pintu masuk karena untuk memudahkan penjangkauan dari sisi sisinya yang memang berfungsi sebagai jalur sirkulasi.

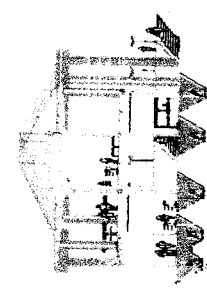
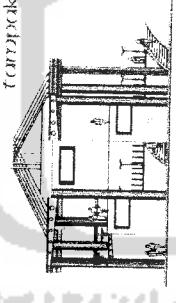


## RETAIL FASHION DAN AKSESORIS

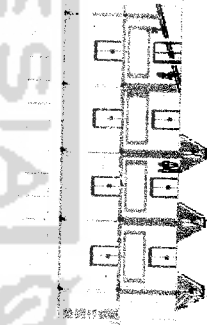
terpapak serampang kanan



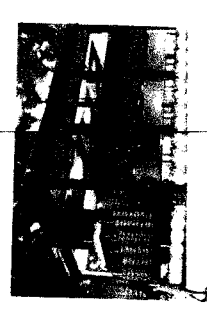
terpapak



PROLOGUE



PROLOGUE serampang kanan



Retail - retail ini langsung berhubungan dengan udara terbuka, untuk mendapatkan kenyamanan yang diinginkan maka disetiap jalur sirkulasi ditambahkan tempat duduk dan tanaman hias  
 Untuk menghalau sinar matahari yang berlebih pada sisi -sisi sirkulasi didesain memakai shading dan menempatkan beberapa pohon peneh.

Eksterior retail fashion dan aksesoris



PERSPEKTIF RETAIL FASHION & AKSESORIS 1

PERSPEKTIF RETAIL FASHION & AKSESORIS 3

PERSPEKTIF RETAIL FASHION & AKSESORIS 2