

BAB III

PEMBAHASAN

3.1. Berbelanja dan Berolahraga

Aktifitas utama pada sebuah Shopping Mall adalah berbelanja. Kegiatan tersebut erat kaitannya dengan aktifitas fisik manusia, sehingga dalam melakukannya akan menyita tenaga. Sama dengan aktifitas olahraga, yang juga merupakan sebuah aktifitas fisik. Dalam berbelanja, aktifitas fisik yang berlangsung adalah sebagai berikut :

- berjalan
- membawa barang belanjaan
- mendorong troli, dsb.

Diantara aktifitas diatas, berjalan menjadi aktifitas yang paling dominan atau paling banyak dilakukan. Sehingga aktifitas olahraga pada berbelanja lebih tepat diterapkan pada aktifitas yang paling banyak dilakukan yaitu aktifitas berjalan.



Gambar 3.1. Berjalan, aktifitas yang banyak dilakukan pada waktu berbelanja

Menurut berbagai penelitian, olahraga dapat meredakan ketegangan emosional yang disebabkan oleh beban kerja yang menumpuk, rasa cemas dan letih. Olahraga yang dilakukan sebaiknya olahraga ringan seperti jogging, senam atau berjalan-jalan kaki. Setiap

harinya, manusia membutuhkan 1500 – 2500 kalori. Untuk sebuah aktifitas olahraga yang ringan, membutuhkan $\pm 300 - 500$ kalori perhari.¹⁶

Aktifitas berjalan adalah aktifitas yang paling mudah dan paling baik untuk olahraga, dan sebaiknya dilakukan cukup intensif, yaitu sekitar 5000 langkah atau 3 km perhari. Jika tiap km bisa membakar sekitar 100 kalori, maka dibutuhkan 300 kalori tiap harinya untuk aktifitas berjalan.¹⁷

Sehingga bangunan Sport Mall harus mempunyai ruang sirkulasi yang panjang dan dibentuk sedemikian rupa, yang mampu menimbulkan sensasi berolahraga dengan aktifitas berjalan.

Pada shopping mal biasa, pengunjung yang berbelanja selalu diberi kebebasan dalam menentukan pola berbelanja. Setelah memasuki mal, pengunjung bebas menentukan untuk berjalan menyusuri koridor atau memasuki outlet-outlet. Shopping mall biasa juga menggunakan pola sirkulasi terbuka sehingga outlet dan aksesnya terlihat jelas terutama secara visual. Pengunjung juga dapat dengan mudah mendapati akses untuk keluar dari bangunan. Hal ini menyebabkan tiap pengunjung akan mendapatkan pengalaman atau perlakuan yang berbeda-beda dari bangunan terutama dalam efek fisik yang didapatkan. Sehingga pada Sport Mall diperlukan pola berbelanja yang berbeda demi mendapatkan sensasi fisik pada berbelanja pada tiap pengunjung.

Oleh karena itu, pada perancangan Sport Mall ini akan membahas tentang bagaimana menciptakan pola berbelanja yang dapat menimbulkan sebuah sensasi olahraga terutama pada aktifitas berjalan atau footwalk.

¹⁶ dirangkum dari artikel Prof. Hembing Wijayakusuma pada website www.cybermed.cbn.net.id/

¹⁷ dirangkum dari artikel pada website www.kapanlagi.com/a/kesehatan/

3.2. Identifikasi Ruang pada Bangunan

Pada sebuah shopping mall, hubungan ruang-ruang atau blok-blok fungsi dalam bangunan sangat penting dan harus bisa mengarahkan pengunjung dengan memberikan kejelasan identitas ruang pada pengunjung. Identifikasi disini berarti serumit apapun sebuah pola sirkulasi, pengunjung harus tetap dapat mengetahui pola atau irama dari organisasi ruang sehingga pengunjung mengerti dengan jelas arah tujuannya.

Identifikasi dalam organisasi ruang shopping mall ada 2 macam, yaitu :

- Identifikasi visual, yaitu kejelasan identitas ruang yang dapat ditangkap melalui visualisasi yang muncul pada elemen-elemen bangunan. Kejelasan visual dapat dicapai dengan permainan bentuk, warna, tekstur dan lain sebagainya.
- Identifikasi persepsi, yaitu kejelasan identitas ruang yang dapat ditangkap melalui persepsi yang umum berkembang pada bangunan. Kejelasan persepsi dicapai melalui penempatan ruang-ruang pada tempat yang selazimnya, seperti ruang parkir terletak di basement, game center dan entertainment area berada di lantai paling atas, dan sebagainya.

Sehingga alternatif desain yang diambil pada perancangan Sport Mall harus tetap memperhatikan koridor kejelasan dalam berbelanja.

3.2.1. Transformasi Pola Sirkulasi untuk Berbelanja dan Berolahraga

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa pola berbelanja menjadi elemen terpenting dalam mewujudkan sensasi olahraga pada bangunan. Maka diperlukan konfigurasi alur gerak yang berbeda

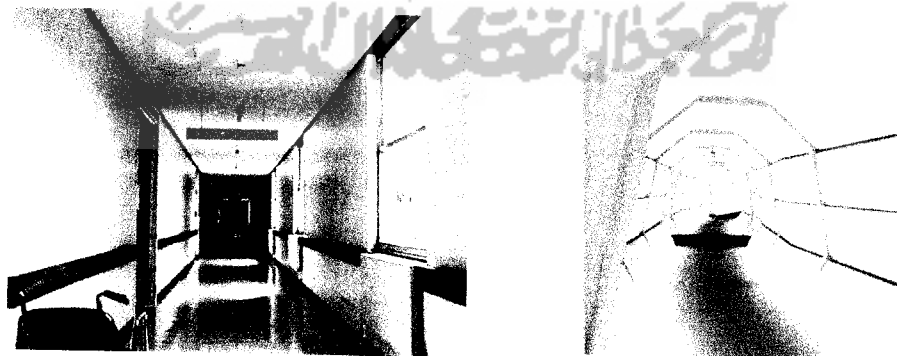
dibandingkan shopping mall pada umumnya tetapi tetap dalam koridor kejelasan, keleluasaan dan kenyamanan dalam berbelanja.

3.2.1.1. Pola Sirkulasi Horisontal

Pola sirkulasi utama dalam sebuah shopping mal adalah koridor, sebagai akses menuju retail, outlet, anchor dan fasilitas lainnya. Pada umumnya, shopping mal menggunakan pola sirkulasi horisontal yang terbuka, yang memberi kebebasan pada pengunjung. Namun, pada Sport Mall lebih menekankan pada pencapaian sebuah sensasi fisik yang didapat dari aktifitas berjalan, sehingga memiliki pola sirkulasi yang berbeda dari mal biasa.

Berdasarkan sifat dan karakter aktifitas berjalan sebagai aktifitas olahraga dan demi mendapatkan sensasi olahraga, maka koridor yang pada Sport Mall memiliki sifat dan bentuk sebagai berikut :

- koridor yang panjang, agar pengunjung menempuh jarak yang lebih jauh ketika melewati koridor
- tertutup, agar pengunjung tidak bisa dengan mudah keluar dari pola sirkulasi yang ada pada Sport Mall
- dinamis, tidak berkesan monoton, tidak menimbulkan kebosanan sesuai dengan karakter olahraga yang selalu bergerak.



Gambar 3.2. Koridor lurus dan koridor yang berbelok

Berdasarkan sifat diatas, maka bentuk dari sirkulasi pada Sport Mall dirancang dengan berbagai pertimbangan, yaitu

- koridor dibuat berkelok-kelok sehingga pengunjung akan menempuh jarak yang lebih jauh namun mengurangi kesan visual yang jauh, lihat gambar 13.
- entrance menuju ruang sirkulasi terletak berjauhan sehingga pengunjung akan 'tertahan' lebih lama dalam bangunan.

Tetapi, koridor yang dirancang tetap harus memperhatikan kenyamanan dan keleluasaan pengunjung dan menciptakan peluang yang sama bagi outlet-outlet.

3.2.1.2. Pola Sirkulasi Vertikal

Bentuk dari ruang sirkulasi seperti koridor, tangga dan ramp paling ditekankan untuk dapat menciptakan sensasi olahraga karena media tersebut adalah bagian bangunan yang berhubungan langsung dengan bagian tubuh yang menjadi sasaran yaitu bagian kaki. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, pola sirkulasi pada mal biasa selalu mengedepankan unsur kenyamanan, sehingga banyak menggunakan alat bantu mekanik seperti elevator/lift dan eskalator.

Pada Sport Mall, pola dan elemen-elemen sirkulasi vertikal juga menekankan pada pencapaian sensasi berolahraga pada pengunjung. Sehingga pada sirkulasi vertikal digunakan media berupa ramp dan tangga karena lebih memberikan efek fisik kepada pengunjung dari pada alat bantu mekanik. Untuk sirkulasi vertikal yang menghubungkan antar lantai bangunan digunakan ramp, dengan pertimbangan jarak yang lebih jauh akan ditempuh daripada menggunakan anak tangga. Pertimbangan yang lain adalah faktor kelelahan pengunjung, yang akan lebih rileks menggunakan ramp daripada tangga. Peletakan ramp tersebut harus memperhatikan aliran pengunjung, harus memperhatikan skenario atau susunan ruang-ruang. Sedangkan untuk perbedaan ketinggian lantai,

digunakan tangga dengan ketinggian anak tangga sebesar 15 cm, karena perbedaan ketinggian tersebut dirasa tidak terlalu besar.

3.2.2. Peletakan Outlet, Anchor dan Ramp

Seperti telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, yaitu bahwa shopping mall terdiri dari deretan outlet atau retail dengan beberapa anchor sebagai daya tarik. Sehingga peletakan retail dan anchor harus bisa membuat pengunjung merasakan sensasi olahraga ketika berbelanja.

Peletakan outlet dan anchor bertujuan untuk membagi konsentrasi pengunjung pada bangunan. Sehingga pengunjung dalam menjelajahi mall akan merasakan suatu pola penataan ruang dan membuat pengunjung tidak merasa jauh, bosan karena ruang-ruang yang hanya itu-itu saja (monoton).

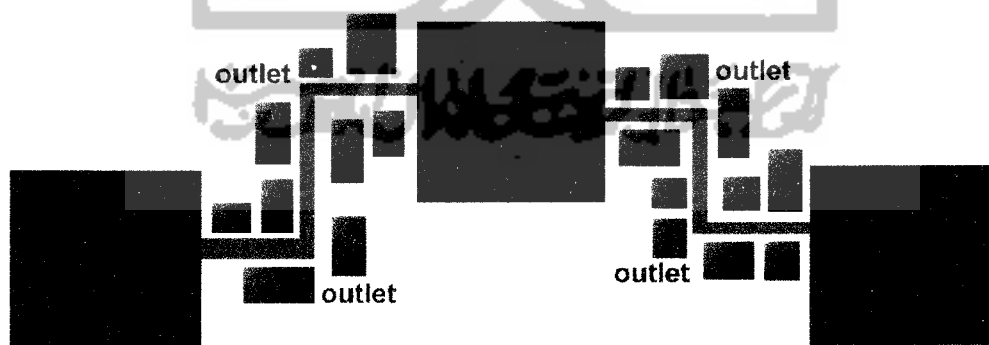
Seperti diuraikan pada tinjauan tentang shopping mall, peran anchor pada shopping mall adalah sebagai magnet atau daya tarik pengunjung. Pada Sport Mall, anchor akan diletakkan pada awal dan akhir atau ujung-ujung dari sebuah pola sirkulasi sehingga pengunjung akan bergerak antar-anchor dengan melewati pola sirkulasi yang didalamnya terdapat outlet-outlet. Dengan demikian, outlet-outlet akan memiliki peluang yang sama satu sama lain, karena akan dilalui pengunjung yang akan menuju anchor.

Anchor pada Sport Mall dapat berupa *major tenant* (penyewa utama) atau kelompok retail dengan jenis usaha yang sama. Dalam Sport Mall ini, ada beberapa jenis usaha yang layak disebut sebagai anchor pada mall, yaitu :

- Matahari Department Store (3 lantai) dan Matahari Supermarket
- Gramedia bookstore
- McDonalds

- Dunkin donuts
- Computer & Cellular Center, terdiri dari retail komputer, handphone dan sejenisnya
- Electronic and Music Center, terdiri dari retail alat elektronik, video, audio dan sejenisnya
- Game & Entertainment Centre, terdiri dari pusat permainan TimeZone, Kafe & bilyar.
- Bread & Coffee Shop, terdiri dari kedai roti dan minuman
- Sport & Equipment Center, terdiri dari retail peralatan dan perlengkapan olahraga
- Food Court Center, terdiri dari retail makanan siap saji dengan fasilitas ruang makan

Penataan outlet didasarkan pada bentuk ruang sirkulasi yang ada. Outlet akan berjajar mengikuti sebuah pola sirkulasi dengan anchor-anchor sebagai daya tarik yang ada pada ujung-ujungnya, sehingga sesuai dengan tuntutan shopping mall sebagai bangunan perdagangan; setiap outlet harus mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi.



Gambar 3.3. Peletakan outlet (retail) dan anchor-anchor

sumber : analisa

Dengan demikian, pengunjung akan berjalan dari anchor yang satu menuju anchor yang lain, melalui deretan retail-retail yang disusun menurut pola sirkulasi yang ada

3.2.3. Kejelasan pada Ruang

Kejelasan pada ruang adalah tingkatan kualitas ruang arsitektur, dengan menggunakan unsur-unsur pembentuk ruang yang dapat menceritakan atau memberikan kejelasan pada bangunan.

Menurut Francis D. K. Ching, unsur-unsur yang dapat menentukan kualitas ruang diantaranya sebagai berikut :

- warna
- tekstur
- pola
- bentuk
- proporsi

Pada sebuah bangunan dengan derajat ketertutupan yang tinggi, diperlukan kejelasan ruang sehingga pengguna akan dapat memahami pola maupun sistem bangunan dan dapat mengidentifikasi ruang-ruang.

Pada Sport Mall, dengan pola sirkulasi yang panjang dan tertutup akan sangat mungkin menimbulkan kebosanan bagi pengunjung. Untuk mengatasi kebosanan tersebut diperlukan kejelasan identitas ruang dengan menggunakan unsur-unsur tersebut sehingga pengunjung dapat memahami pola atau mengidentifikasi ruang-ruang yang dilewatinya. Pengunjung akan mengenali ruang-ruang yang ada pada alur sirkulasi sehingga tidak akan merasa bosan untuk berjalan jauh. Sehingga pada perancangan Sport Mall akan menggunakan unsur-unsur penentu kualitas ruang tersebut untuk mencapai tujuan diatas.

Pada area sirkulasi yang berfungsi untuk mengarahkan pengunjung, digunakan pendekatan tekstur dan warna berupa perbedaan pola lantai dan ketinggian lantai sehingga area sirkulasi tampak jelas dan mudah dikenali oleh pengunjung.

3.2.4. Sport Mall dan Area PKL sebagai Ruang Publik Kota

Seperti telah dijelaskan pada Bab I atau latar belakang, area pedagang kaki lima di Pemalang terlihat kurang tertata dengan baik dan jumlahnya cukup banyak sehingga fasilitas umum bagi PKL tersebut sangatlah diperlukan padahal PKL yang sudah ada selalu ramai dikunjungi. Fasilitas olahraga bagi publik maupun taman kota sangat sedikit jumlahnya. Sehingga perancangan Sport Mall juga memperhatikan berbagai aspek diatas.

Sebagai sebuah bangunan publik, Sport Mall dilengkapi dengan sarana pendukung yang diperuntukkan bagi publik. Sarana tersebut dapat berupa area pedagang kaki lima, sarana bermain, sarana olahraga dan sebagainya. Mall itu sendiri sudah merupakan bangunan publik dalam kerangka aktifitas berbelanja.

3.2.5. Bentuk Sport Mall

Pada Sport Mall terdapat aktifitas dalam ruang yaitu berbelanja dan aktifitas luar ruang seperti area PKL (sektor informal) dan juga aktifitas olahraga yang diwadahi dengan sarana olahraga. Oleh karena itu, bentuk dari mall seperti ini adalah bentuk Integrated Mall (mall terpadu).

Bangunan pusat perbelanjaan sebagai mal tertutup, dipadukan dengan area PKL dan sarana olahraga sebagai mal terbuka. Pada mal

terbuka, bertujuan untuk tetap mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

Area PKL dan sarana olahraga berfungsi sebagai respon terhadap fasilitas kota dan hanya sebagai fasilitas pendukung, sehingga perancangan Sport Mall ini tetap menitikberatkan pada perancangan bangunan. Namun, sistem atau pola sirkulasi pada area pendukung juga menerapkan sebuah pola sirkulasi untuk mendapatkan sensasi olahraga. Luas area pendukung tersebut adalah 20 % dari luas site, karena area pendukung lebih bersifat terbuka sehingga lebih terlihat pada kawasan keseluruhan.



Gambar 3.4. Sketsa bentuk mall, sumber : analisa

Pengaturan area PKL harus memperhatikan kepentingan aktifitas utama, yaitu berbelanja dalam mall sehingga pengaturannya adalah sebagai berikut :

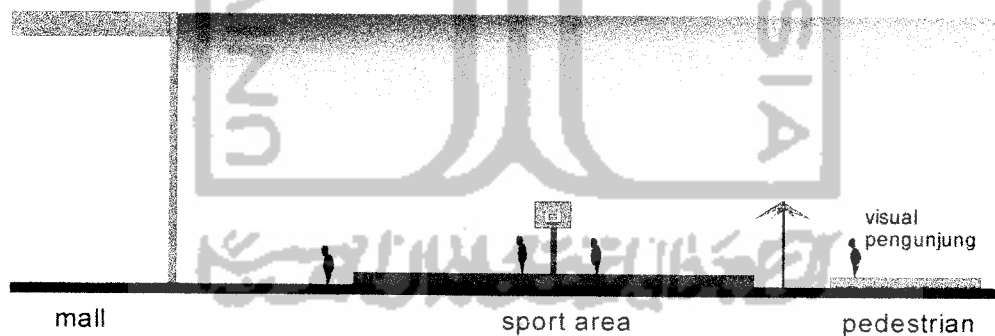
1. tempat usaha menempati ruang publik atau ruang luar namun tetap berhubungan erat dengan sarana pusat perbelanjaan formal.
2. jenis usaha dikelompokkan dengan pembagian zona-zona yang jelas, misal : area penjual makanan terpisah dengan area penjual mainan anak.

3. akses yang jelas bagi area informal agar area tersebut tidak terbengkalai dan dapat menjadi trade mark bangunan mall.

3.1.6. Visualisasi Karakter Olahraga pada Bangunan secara Keseluruhan

Bangunan Sport Mall erat kaitannya dengan aktifitas olahraga, sehingga dibutuhkan visualisasi karakter olahraga yang muncul pada bangunan ataupun kawasan. Dengan visualisasi olahraga tersebut, maka karakter bangunan akan kental dengan nuansa olahraga sehingga meskipun fungsi bangunan yang merupakan bangunan komersial, tetapi akan tampak jelas tema dari mall yaitu mall bertema olahraga (Sport Mall).

Pada shopping mall, mungkin terdapat fasilitas publik berupa sport centre dan sarana olahraga outdoor. Sehingga, untuk menghadirkan kesan olahraga secara visual pada bangunan dapat dicapai dengan cara pengolahan ruang-ruang luar dengan fungsi olahraga. Ruang luar dengan fungsi olahraga dapat diperlihatkan, diekspos atau diperluas agar kesan olahraga dapat dirasakan baik bagi pengunjung mall maupun bagi publik.



Gambar 3.5. Bangunan terintegrasi dengan fasilitas umum, seperti area PKL dan area olahraga,
sumber : analisa

Bagi pengunjung yang berada di dalam mall, visualisasi olahraga tidak menjadi hal yang penting, karena pengunjung yang berada di dalam mall sendiri sedang melakukan sebuah aktifitas olahraga. Jadi,

pengunjung dapat lebih merasakan sensasi olahraga ketika berada di luar dari bangunan dan melihat aktifitas ataupun sarana olahraga yang ada pada area di sekitarnya.

3.4. Rangkuman

Aktifitas utama pada berbelanja adalah berjalan (footwalk), sehingga rangsangan yang diberikan demi mendapatkan sensasi fisik dalam berbelanja paling tepat diterapkan pada aktifitas berjalan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah pola sirkulasi yang berbeda dari mal biasanya. Perlu diperhatikan juga pada peletakan outlet, anchor, ramp dan lain sebagainya sebagai pembentuk sebuah pola sirkulasi.



Tabel 3.1. Rangkuman penerapan elemen pada bangunan demi mendapatkan sensasi olahraga

	Penerapan pada bangunan demi mendapatkan sensasi olahraga
koridor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ koridor yang panjang, agar pengunjung menempuh jarak yang lebih jauh ketika melewati koridor ▪ tertutup, agar pengunjung tidak bisa dengan mudah keluar dari pola sirkulasi yang ada pada Sport Mall ▪ dinamis, tidak berkesan monoton, tidak menimbulkan kebosanan sesuai dengan karakter olahraga yang selalu bergerak
sirkulasi vertikal	menggunakan ramp, diletakkan di tengah bangunan agar pengunjung lebih banyak berjalan menuju ramp tersebut
anchor	anchor diletakkan di ujung-ujung sebuah pola sirkulasi sebagai daya tarik
outlet	outlet-outlet diletakkan sepanjang area sirkulasi yang ada
area PKL dan sarana olahraga	area PKL dan sarana olahraga terintegrasi dengan bangunan mall sebagai visualisasi karakter olahraga dan respon terhadap fasilitas perkotaan

sumber : analisa