



BAB III

ANALISA DAN GAGASAN RANCANGAN

III.1. ANALISA KEGIATAN PADA PUSAT PERDAGANGAN

III.1.1. Pelaku kegiatan

Pelaku kegiatan pada pusat perdagangan dapat dibedakan menjadi :

1. Konsumen

Konsumen atau pengunjung adalah masyarakat umum yang mengunjungi pusat perdagangan karena kebutuhan pelayanan barang dan jasa. Ada konsumen yang memang berniat melakukan transaksi dengan produsen/pedagang, ada pula yang sekedar berjalan-jalan menikmati fasilitas pusat perbelanjaan. Di dalam pusat perbelanjaan konsumen atau pengunjung memperoleh banyak sekali pilihan barang dan pelayanan maksimal dalam melakukan transaksi sekaligus menikmati suasana aman, nyaman, dan menyenangkan.

2. Pedagang

Pedagang adalah perusahaan atau orang yang membuka toko/stand pameran dengan cara menyewa ruangan yang disediakan oleh pengelola pusat perdagangan. Pedagang ada dua macam yaitu : *dealer* yang hanya menjual merk tertentu, dan *retailer* yang menjual berbagai merk. Pedagang pasti akan mencari lokasi yang strategis dan menguntungkan dalam kegiatan memasarkan produk/barang dagangan.

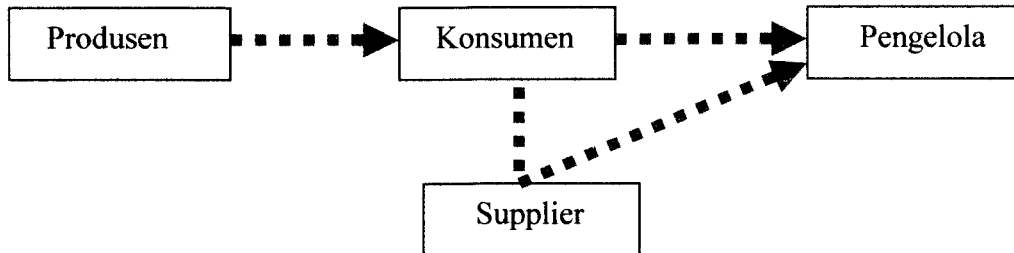
3. Pengelola

Pengelola adalah perusahaan yang bertanggungjawab dalam memasarkan dan memelihara pusat perdagangan.



4. Supplier

Supplier adalah penyedia barang dagangan yang bertugas mengantar persediaan barang dagangan yang dijual di dalam Pusat Perdagangan.



Gambar III.1 Diagram hubungan pelaku kegiatan

1.2 Karakter kegiatan

Kecendrungan karakter konsumen ada beberapa macam :

1. Bertujuan membeli barang

Dalam membeli suatu barang ada beberapa perilaku yang biasanya sering dilakukan yaitu :

a. Membeli berdasarkan merk

Pembeli cenderung memilih produk dari merk tertentu yang sudah diketahui kelebihanannya tanpa mepedulikan berapa pun harganya.

b. Membeli berdasarkan harga

Pembeli tidak terpaku pada suatu merk, tapi lebih memperhatikan fungsi dan keunggulan produk merk tertentu yang sesuai dengan kondisi keuangannya.

2. Bertujuan hanya rekreasi

Konsumen dengan karakter ini biasanya hanya berjalan-jalan melihat dan mencoba hal-hal yang menarik yang ditawarkan di pusat perdagangan.

Mereka hanya mencari kesenangan dan suasana yang nyaman untuk sekedar melepas stress. Terkadang konsumen ini juga makan di restoran atau cafeteria yang tersedia di pusat perdagangan.



Kegiatan yang biasa dilakukan pedagang dalam memasarkan sebuah produk adalah sebagai berikut :

1. Promosi

Kegiatan dalam rangka memperkenalkan keunggulan produk yang akan ditawarkan sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Ada banyak cara promosi, misalnya melalui pameran, louncing produk unggulan, iklan media massa, konsultasi gratis, mencoba produk, dll.

Orientasi kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya tarik dan persaingan produknya.

- a. upaya peningkatan daya tarik lebih mengarah pada segi visual penampilan produk juga kesan yang langsung ditangkap oleh pengunjung.
- b. Sedangkan upaya persaingan produk lebih mengarah kepada kualitas produk, factor harga dan mutu pelayanan.

2. Transaksi

Kegiatan jual beli yang terjadi bila terdapat kesepakatan harga antara produsen dan konsumen. Biasanya konsumen akan mendapatkan garansi akan produk yang dibelinya apabila kerusakan dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

3. Layanan purna jual

Hal penting yang sering dilupakan oleh konsumen adalah jaminan akan barang yang telah dibelinya, yang justru merugikan si konsumen sendiri.

Macam layanan purna jual biasa berupa garansi kerusakan, reparasi, layanan penjualan kembali, dll.

Kegiatan yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam mengelola pusat perdagangan adalah :

1. kegiatan operasional
2. Kegiatan manajemen



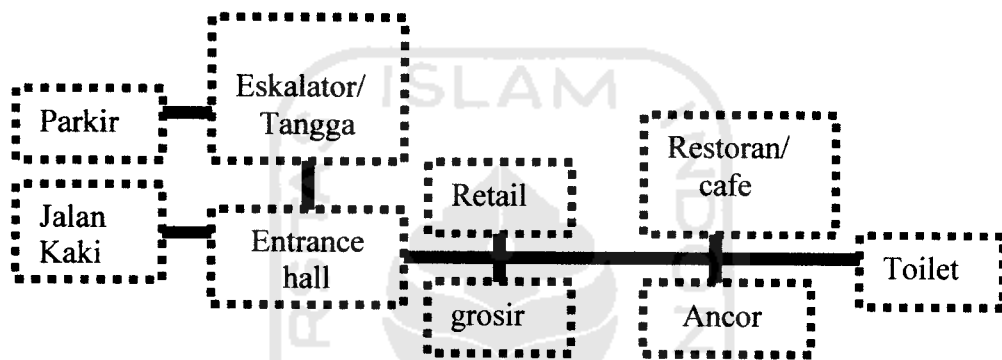
3. kegiatan main tenance (pemeliharaan)

Kegiatan yang dilakukan oleh supplier dalam memenuhi kebutuhan barang di pusat perdagangan adalah :

1. Kegiatan dropping (bongkar muat)
2. Kegiatan distribusi
3. Kegiatan penyimpanan

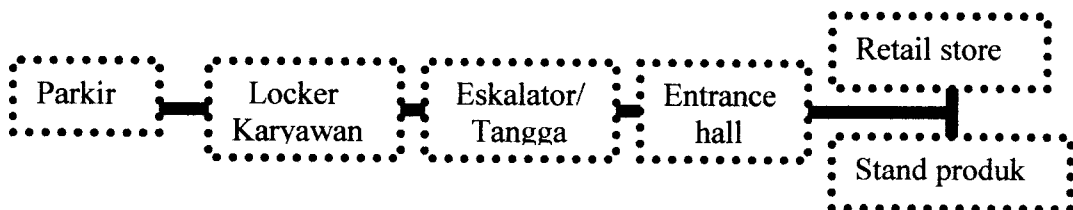
1.3. Alur Gerak Pelaku Kegiatan

Alur gerak Konsumen



Gambar III.2. alur gerak KONsumen

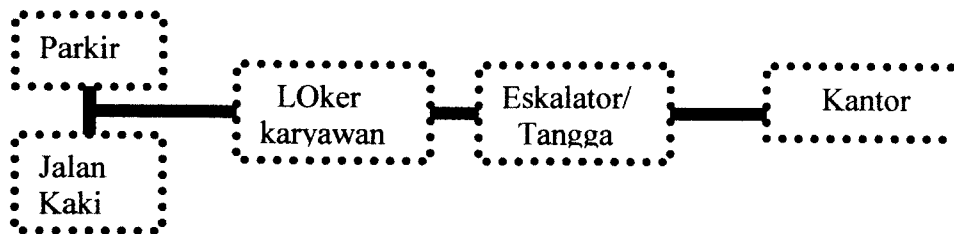
Alur Gerak Pedagang



Gambar III.3. alur gerak Pedagang



Alur Gerak Pengelola



Gambar III.4. alur gerak Pengelola

Alur Gerak Supplier



Gambar III.5. alur gerak Supplier

1.4. Materi Yang Diperdagangkan

A. Berdasarkan jenis materi yang diperdagangkan

a. Produk Elektronik

Barang-barang yang berkenaan dengan elektronik misalnya : handphone, audio visual, dll



b. Produk makanan

Berbagai jenis makanan misalnya foodcourt, café, dll

c. Game Center

d. Time zone

B. Cara penyajian barang yang diperdagangkan

a. Bentuk tempat penyajian barang

1. Table fixture : bentuk meja menerus
2. Counter fikure : bentuk almari rendah
3. Cases Fixture : bentuk almari transparan
4. Box Fixture : kotak-kotak terbuka
5. Back fixture : rak-rak almari yang terbuka atau transparan yang sekaligus sebagai penyimpan.
6. Hanging case : almari penggantung
7. Etalase (jendela peraga) : merupakan suatu komponen penyajian barang yang letaknya diluar toko, merupakan fungsi sebagai alat promosi untuk mengenalkan barang-barang yang dijual kepada konsumen sebelum masuk toko.



Gambar III.6.7 Contoh Back fixture

Sumber : Indonesia design, 2005



- b. Tempat untuk menampung kegiatan dan standar
 1. Lay out toko (retail)
 2. Lay out toko besar (Ancor)

Bentuk wadah penyajian barang atau tempat untuk menampung kegiatan, tidak semuanya digunakan pada pertokoan .

III.2 Tinjauan Ruang

2.1 Kualitas Ruang

Kenyamanan merupakan tuntutan yang harus dipenuhi dalam merancang suatu ruang, yang meliputi pemenuhan akan dua aspek kenikmatan, yaitu :

1. Emotional need (kualitatif)

Merupakan sesuatu yang dapat dihayati perasaan dan mempengaruhi emosi, seperti :

- a. Lay out Ruang
- b. Dimensi ruang
- c. Warna dan tektur ruang
- d. Pengaturan perabot

2. Phisichal need (kuantitatif)

Sesuatu yang berpengaruh langsung dan dapat dirasakan oleh indera atau rasa manusia, seperti :

- a. Pencahayaan
- b. Penghawaan
- c. Tata sura
- d. Dekorasi
- e. Pengendalian bau



2.2 Kebutuhan Ruang

Sebagai Pusat perdagangan Elektronik yang khusus menjual barang-barang elektronik, tempat ini direncanakan dapat memwadahi kegiatan promosi, transaksi, dan layanan purna jual.

Ruang yang dibutuhkan terdiri dari 4 kelompok ruang yaitu :

1. Kelompok Fasilitas Promosi Elektronik

Ruang-ruang untuk kegiatan promosi, pameran/display barang, transaksi dan reparasi

2. Kelompok Fasilitas Penunjang

Ruang-ruang penunjang sebagai daya tarik konsumen untuk mengunjungi pusat perdagangan elektronik.

3. Kelompok Fasilitas Pengelola

Ruang-ruang untuk kegiatan pengelola Pusat perdagangan Elektronik

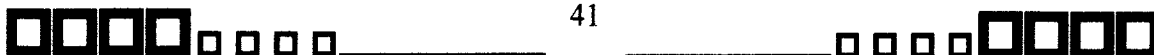
4. Kelompok Fasilitas Service

Ruang-ruang pendukung seluruh kegiatan didalam Pusat perdagangan Elektronik.

Berikut ini tabel kebutuhan ruang dan besaran ruang :

No	Nama Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m ² /orang)	Luas (m ²)	Jumlah Ruang	Total (m ²)
	Entrance Hall					
1	Ruang Pameran Besar	500	1.5	750	1	750
2	Ruang Pameran Kecil	150	1.5	225	2	450
sub total						1200

No	Nama Ruang	Jumlah Unit	Standar (Modul)	Luas (m ²)	Total (m ²)
	Retail Store				
1	Retail Elektronik	50	25	1250	1250
2	Retail komputer	50	25	1250	1250
3	Retail Henphoe	100	9	900	900
4	Retail Audio visual	50	25	1250	1250
sub total					4650





No	Nama Ruang	Jumlah Unit	Standar (Modul)	Luas (m2)	Total (m2)
Retail Istimewa					
1	Anchor	20	400	8000	8000
2	Grosir	20	20	400	400
3	Istimewa	10	100	1000	1000
4	Retail service	10	12	120	120
sub total					9420
Game center					
1	Area bermain	1	600	600	600
Game Net					
1	Ruang komputer	15	1.5	22.5	22.5
2	Ruang tunggu	1	9	9	9
Food court					
1	Ruang Penyajian	2	100	100	200
2	Gudang	2	9	9	18
3	Dapur	2	9	9	18
Café					
1	Ruang penyajian	7	100	100	700
2	Dapur	2	9	9	18
3	Gudang	2	9	9	18
Restoran					
1	Ruang makan	4	100	100	400
2	Dapur	4	9	9	36
3	Gudang	4	9	9	36
sub total					1575.5

No	Nama Ruang	Jumlah Unit	Standar (Modul)	Luas (m2)	Total (m2)
1	Retail kaset	4	35	140	140
Wartel					
1	KBU	3	1.5	4.5	4.5
2	Ruang tunggu	1	1.5	1.5	1.5
Gudang					
1	Retail	20	12	240	240
2	Anchor	10	12	120	120
ATM					
		4	1	4	4
sub total					183
Jumlah Total					17028 (70 %)





No	Nama Ruang	Kapasitas (orang)	Standar (m ² /orang)	Luas (m ²)	Jumlah Ruang	Total (m ²)
Ruang Pengelola						
1	Ruang menejer	2	6	12	1	12
2	Ruang Sekertaris	1	4	4	1	4
3	Ruang Staff	5	4	20	1	20
4	Ruang Tamu	5	3	15	1	15
5	Ruang Rapat	10	1.6	16	1	16
sub total						67
Ruang service						
1	Ruang Informasi	3	4	12	1	12
2	Ruang Locker Pegawai	70	2	140	1	140
Bongkar muat						
1	Parkir Truk	4	20	80	1	80
2	Gudang		40	40	1	40
3	Pos keamanan	2	2.5	5	5	25
Musholla						
1	Tempat wudhu	1	0.5	0.5	2	1
sub total						308

Lavatory						
1	Pria	6	1.5	9	2	18
2	Wanita	6	1.5	9	2	18
3	Ruang kontrol operator		20	20	1	20
4	Ruang M.e.e	1 Trafo	30	160	1	160
		1 Genset	120			
		1 PABX	10			
5	Ruang A.H.U	1 A.H.U	30	90	3	270
		1 Mesin AC	60			
6	Ruang Plumbing	1 Pompa	30	100	1	100
		1 Reservoir	70			
7	Penampungan sampah		15	15	1	15
8	Liff	7	4	4	2	8
sub total						609
Jumlah Total						984 (5.7 %)





Jadi total luasan yang dibutuhkan adalah : Entrance Hall 1200m² + Retail 4650 m² + Retail istimewa 9420 m² + Penunjang 1575.5 m² +Pengelola 67 m² + Service 984 m² jumlah 18012m²

Luas Site : 20000 m²
Total luas ruang = 18012m²
70 % untuk komersil = 12608.4 m²
5.7 % untuk service = 984 m²
24.3% untuk sirkulasi =4420 m²

Total luas bangunan = 36024 m²

Untuk Parkir Pengelola

Asumsi

Mobil 10 buah x 15 = 150 m²

Motor 30 buah x 2 = 60 m²

jumlah = 135 m²

Untuk Parkir Pengunjung

Asumsi Parkir Out door

Mobil 30 buah x 15 = 450 m²

Motor 200 buah x 2 =400 m²

Jumlah = 850 m²

Asumsi Parkir in door

Mobil 200buah x 15 = 3000 m²

Jumlah = 3985 m²

Jadi total keseluruhan bangunan adalah 36024 + 3985 = 40009 m²

3.1 Organisasi Ruang

Organisasi ruang diperlukan agar didapatkan komposisi ruang yang sesuai dengan fungsinya, yaitu sebagai pusat perdagangan elektronik. Dengan adanya organisasi ruang maka akan dapat menjelaskan seberapa tingkat pentingnya setiap ruang yang ada pada pusat pedagang Elektronik. Syarat-syarat yang harus diperhatikan dalam menyusun organisasi ruang pada sebuah bangunan adalah letak-letak fungsi, persyaratan ukuran, klasifikasi hirarki ruang, pencapaian,

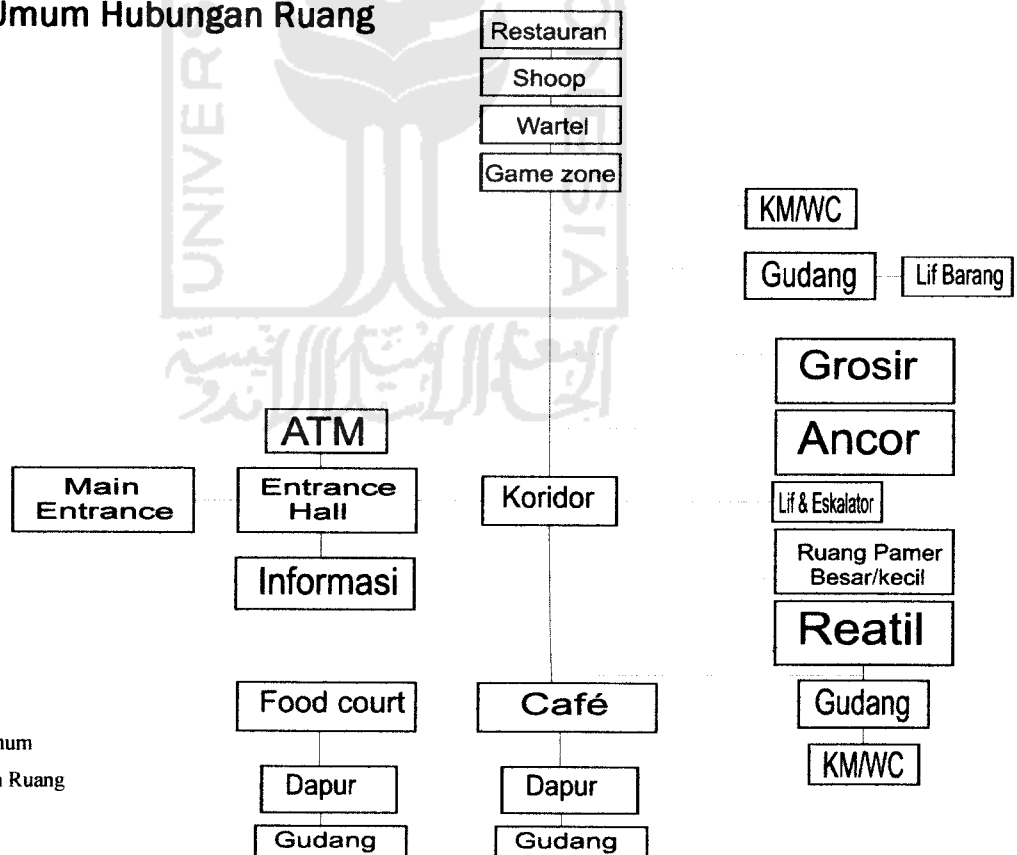


pencahayaan atau pandangan. Dengan demikian akan dapat diketahui ruang apa yang akan direncanakan, bentuk dan pola sirkulasi yang terjadi, hubungan antar ruang yang satu dengan ruang yang lain dan terhadap ruang luar.

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

1. Organisasi ruang harus disesuaikan berdasarkan fungsi yang akan diwadahi, dan sesuai dengan standar-standar keruangan yang nyaman.
2. Kemudian pencapaian ke semua ruang.
3. Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan memberikan ruang sirkulasi yang cukup dalam kegiatan promosi, pameran, dan perbelanjaan.
4. Hubungan antar ruang yang saling mendukung yang terpadu dan efisien.

3.2 Skema Umum Hubungan Ruang

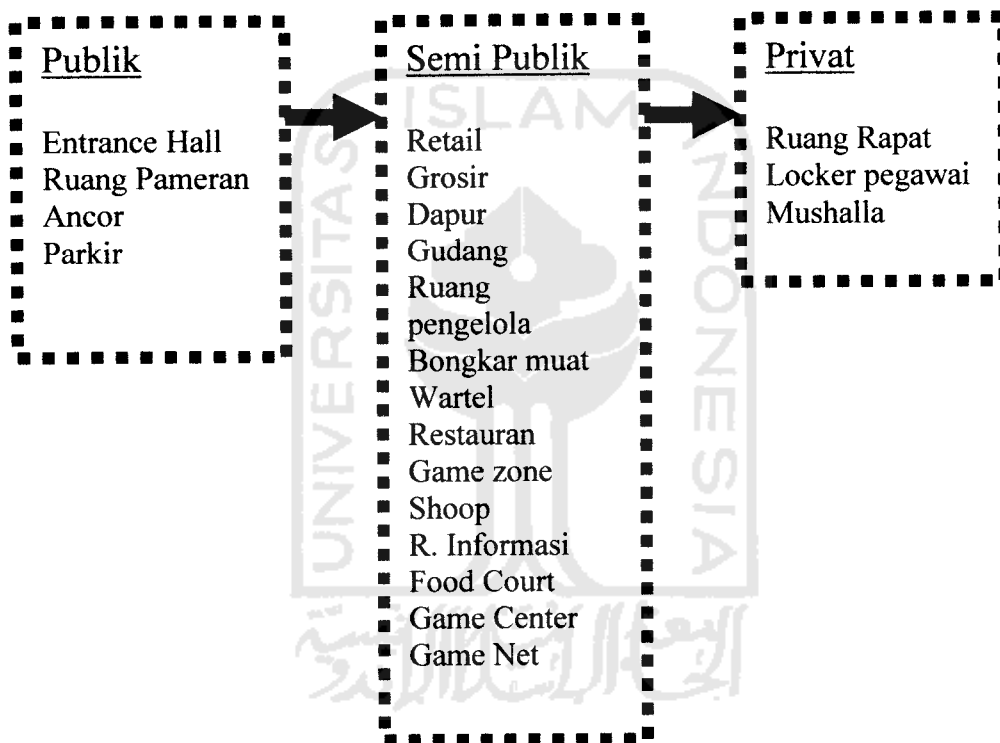


Gambar : Skema Umum Hubungan Ruang

3.3 Kelompok ruang

Kelompok ruang menurut sifatnya :

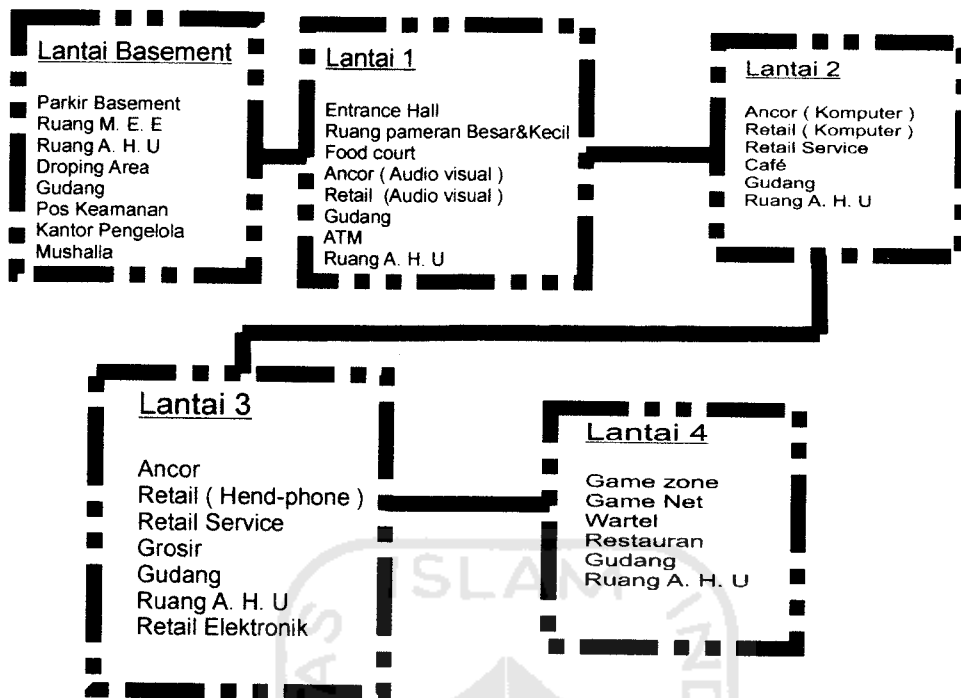
Ruang-ruang yang dibutuhkan dapat dikelompokkan berdasarkan kesamaan sifat-sifatnya, yaitu kelompok ruang publik, kelompok ruang semi publik, dan kelompok ruang privat. Berikut adalah jenis ruang yang dikelompokkan menurut sifatnya :



Gambar : Kelompok Ruang Berdasar Sifatnya

Kelompok ruang perantai :

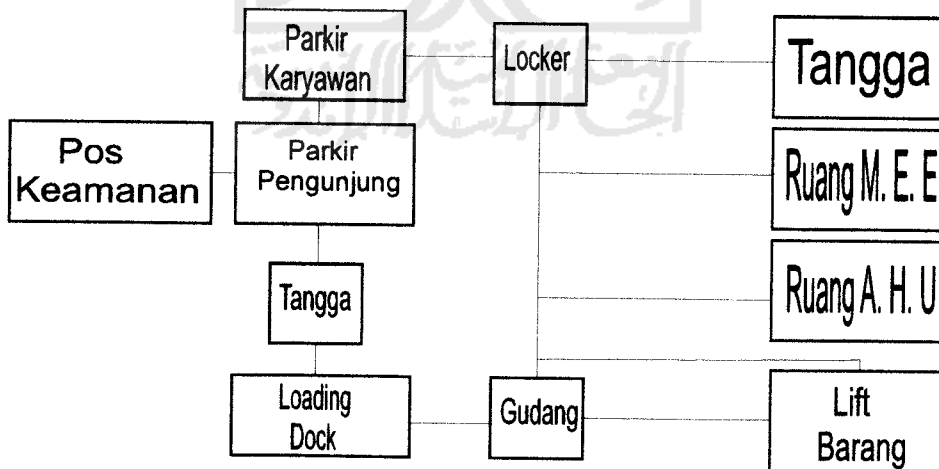
Ruang-ruang pun dapat dikelompokkan menurut letak perlantainya. Kelompok ruang disusun berdasar keterkaitan satu dengan yang lain. Berikut ini adalah susunanannya :



Gambar : Kelompok Ruang Per Lantai

3.4 Organisasi Ruang Perlantai

Organisasi Ruang Lantai Basement

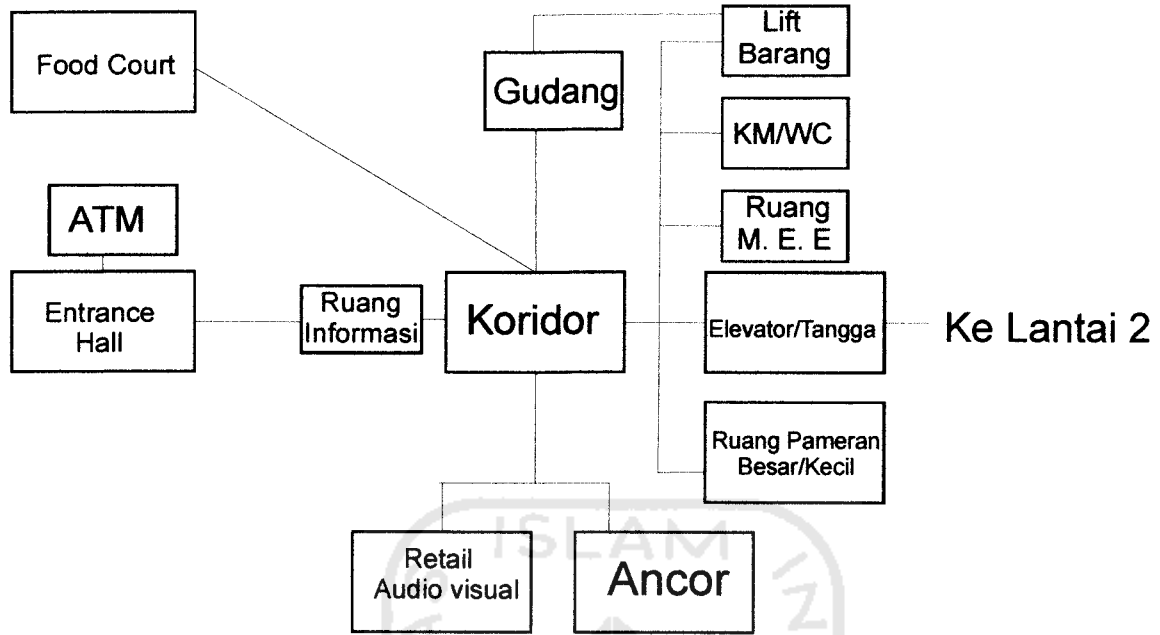


Gambar : Organisasi ruang lantai Basement



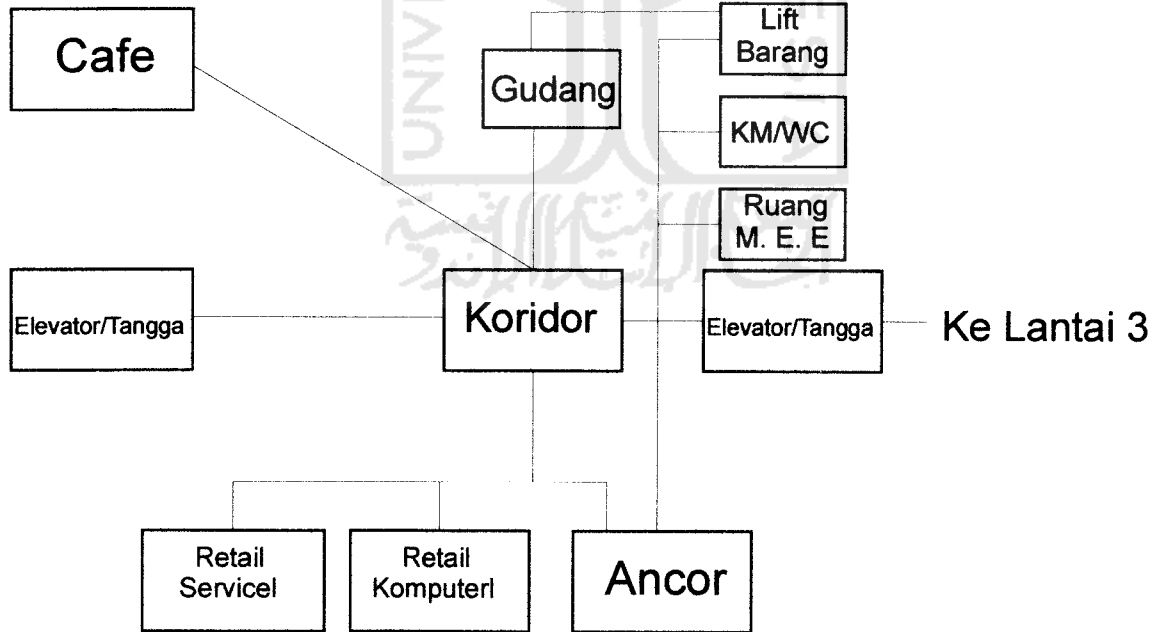


Organisasi Ruang Lantai 1



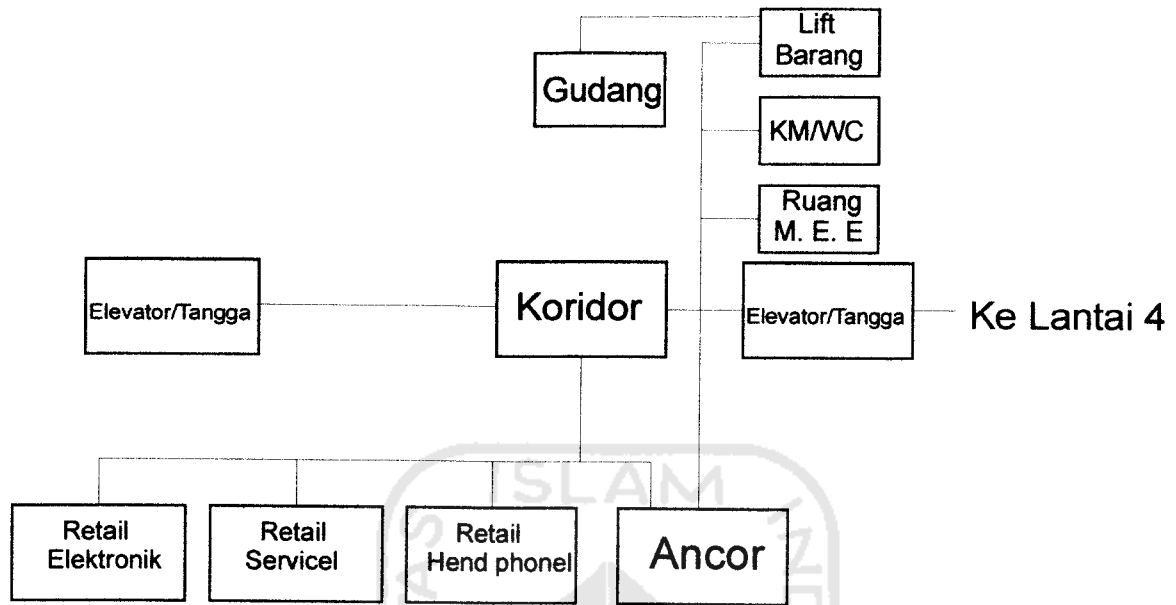
Gambar : Organisasi Ruang Lantai 1

Organisasi Ruang Lantai 2



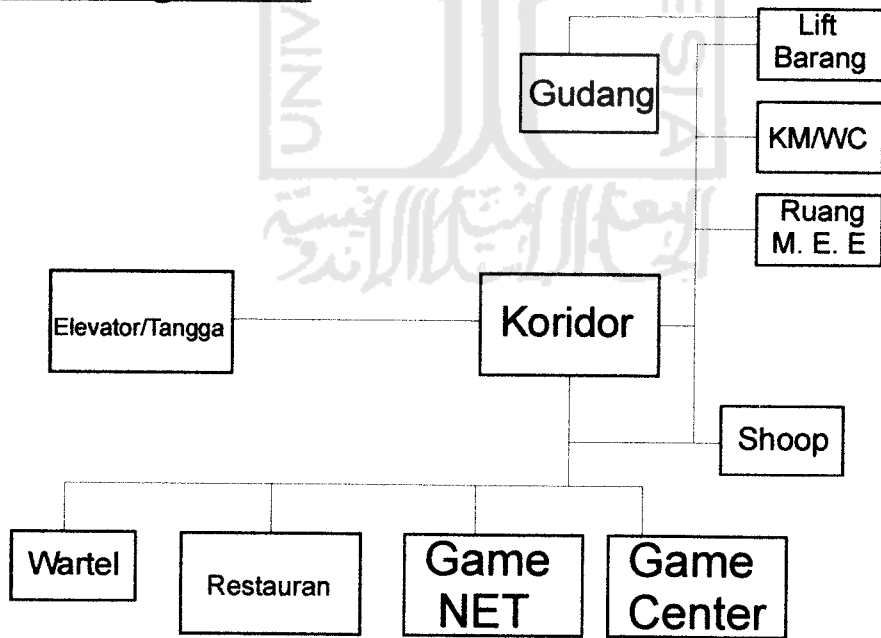
Gambar : Organisasi ruang Lantai 2

Organisasi Ruang Lantai 3



Gambar : Organisasi ruang Lantai3

Organisasi Ruang Lantai 4



Gambar : Organisasi ruang Lantai 4



III.4. Tinjauan Site

4.1 Potensi Site

Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan di Jalan Raya Pandeglang, ini merupakan jalan utama menuju ke Serang atau Jakarta. Sekitar site juga merupakan daerah permukiman penduduk dan dekat dengan pusat perkantoran Provinsi Banten. Lokasi ini juga berada dipinggir jalan besar utama, yang memudahkan akses baik pejalan kaki maupun pengguna kendaraan pribadi dan umum. Selain itu perletakan sign board sebagai penarik pengunjung juga akan mudah dilihat, sehingga akan menambah nilai komersil bangunan. Bangunan ini secara utuh menghadap ke timur sekaligus sebagai point of interes bagi orang yang melewatinya.

4.2 Lokasi Site

Lokasi site berada di Jalan raya Pandeglang, km 2 , Cijahe, Serang, Banten.

Kondisi Existing :

- Lokasi site Sangat strategis karena berada dekat dengan pusat perkantoran Provinsi Banten
- Site juga berada di tepi jalan raya sehingga mempermudah akses
- Jalan raya yang cukup ramai akan menambah nilai strategis lokasi ini, karena selain dilalui kendaraan pribadi juga dilalui oleh kendaraan umum.
- Lokasi dekat dengan permukiman penduduk

Berikut ini adalah peta lokasi site :

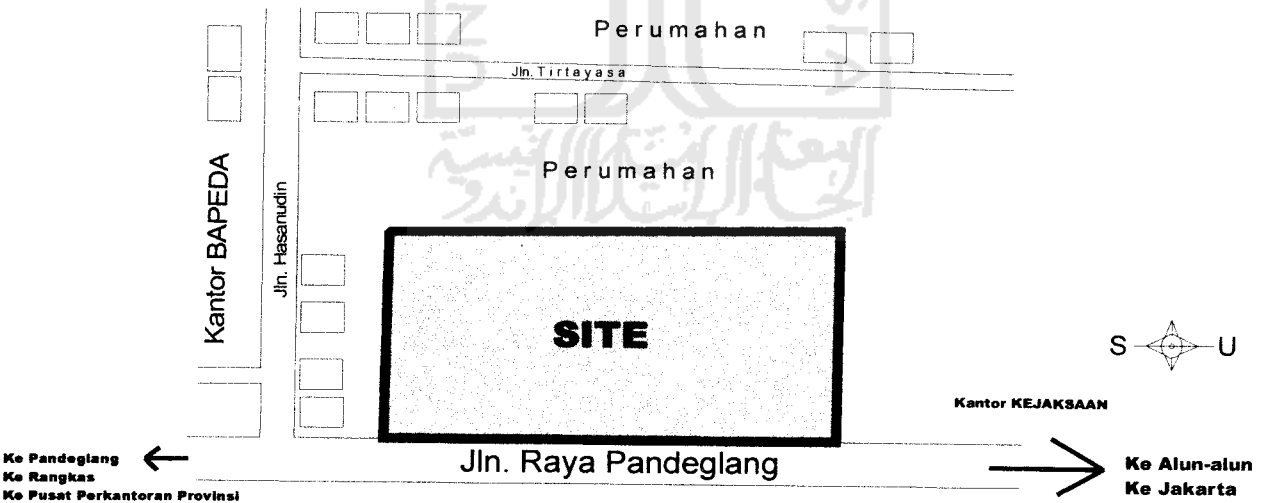




4.3 Analisis Site

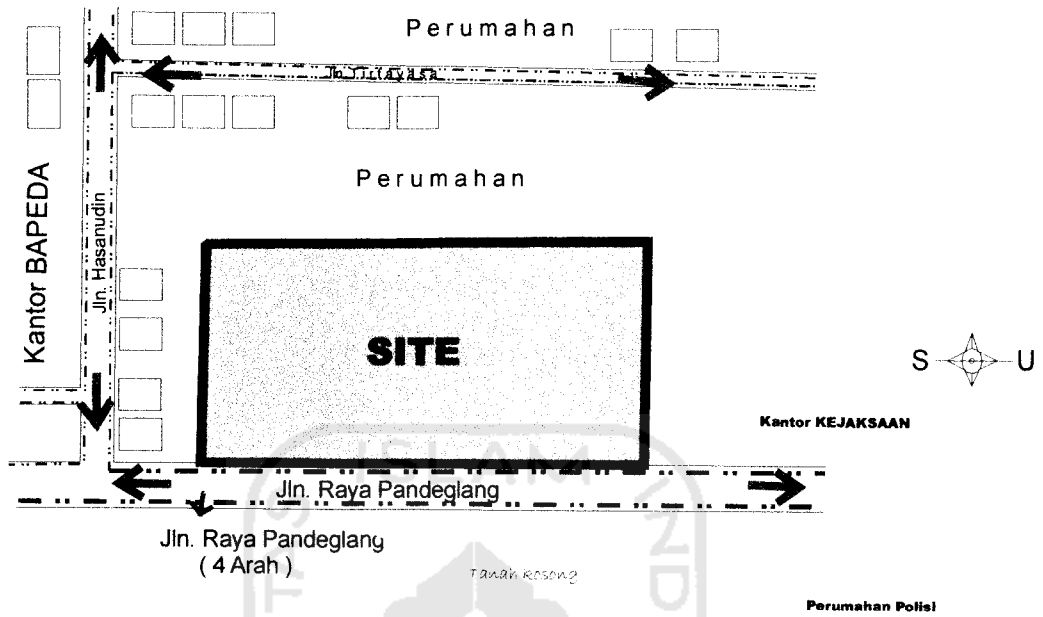


BATAS SITE

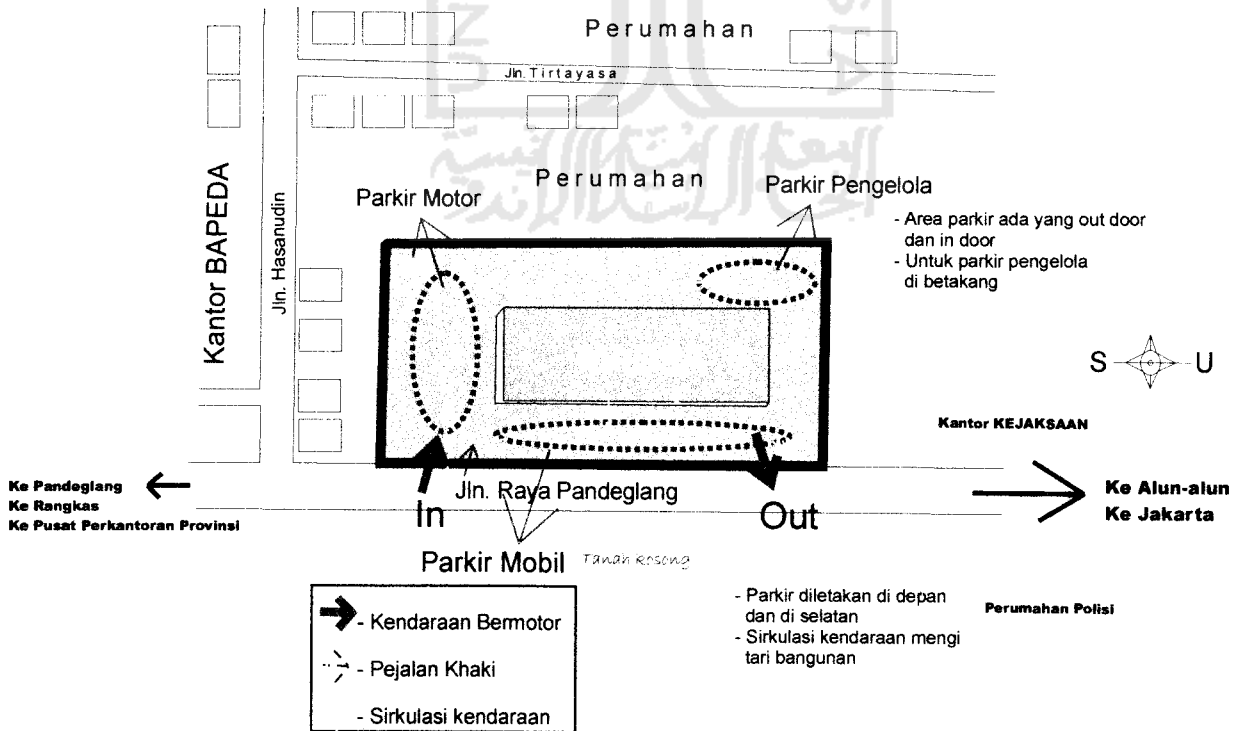


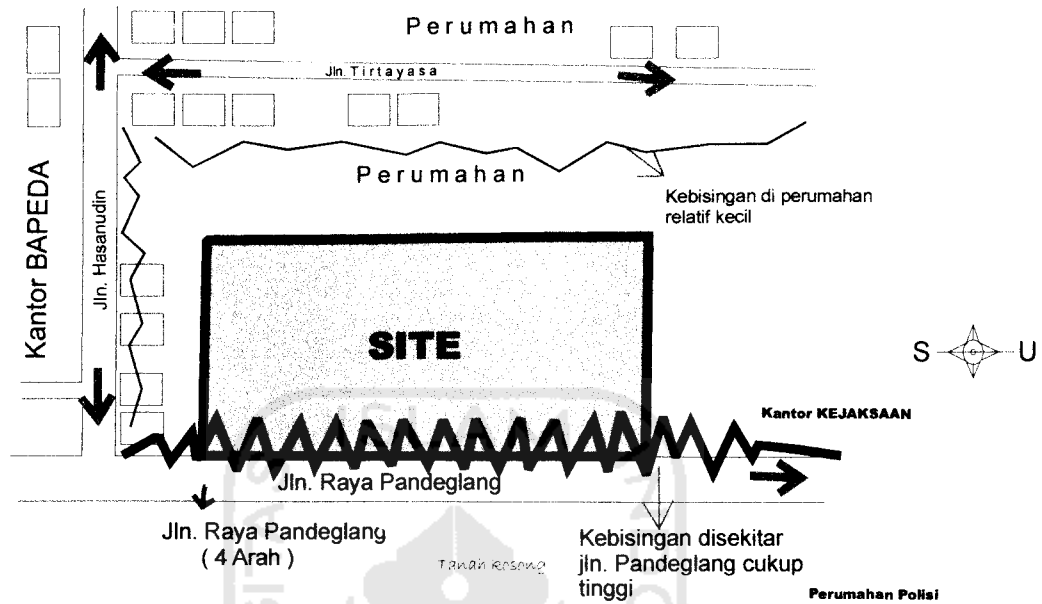
Pemilihan Site karena Pertimbangan tempat yang strategis karena terletak di Jalan Utama dan berada dekat perkantoran Provinsi



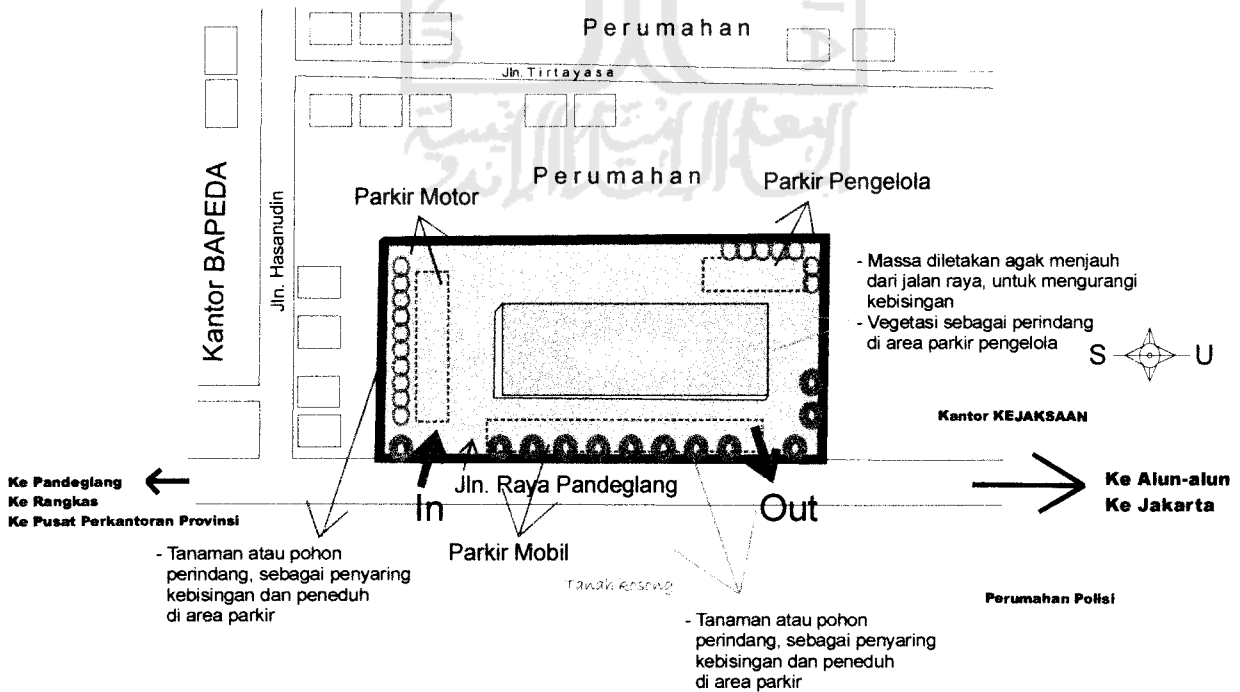


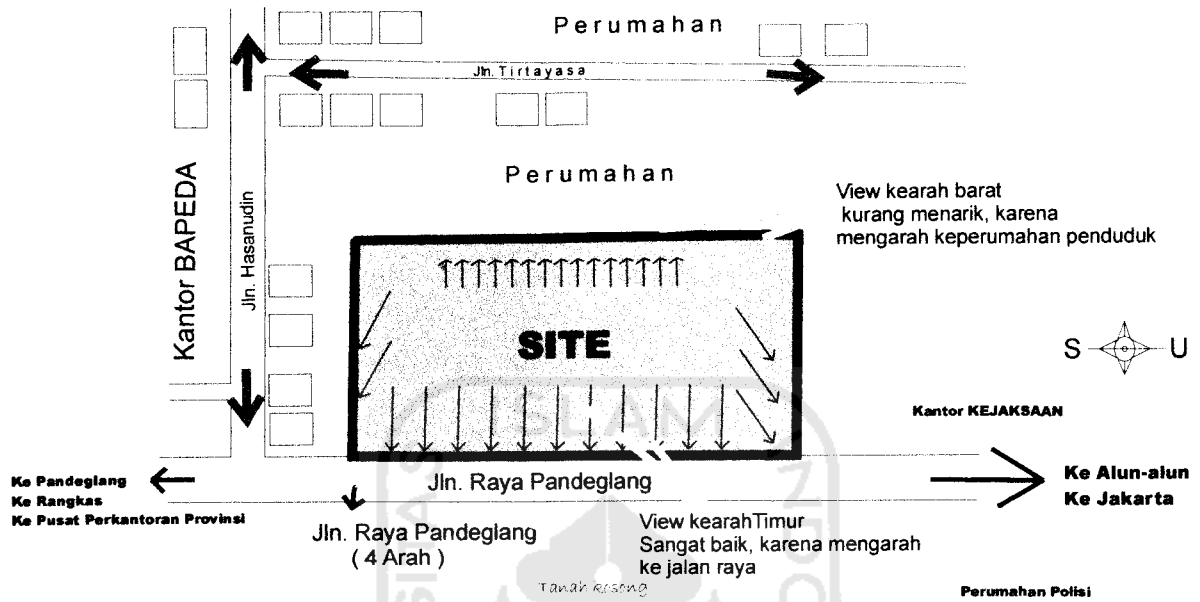
SIRKULASI



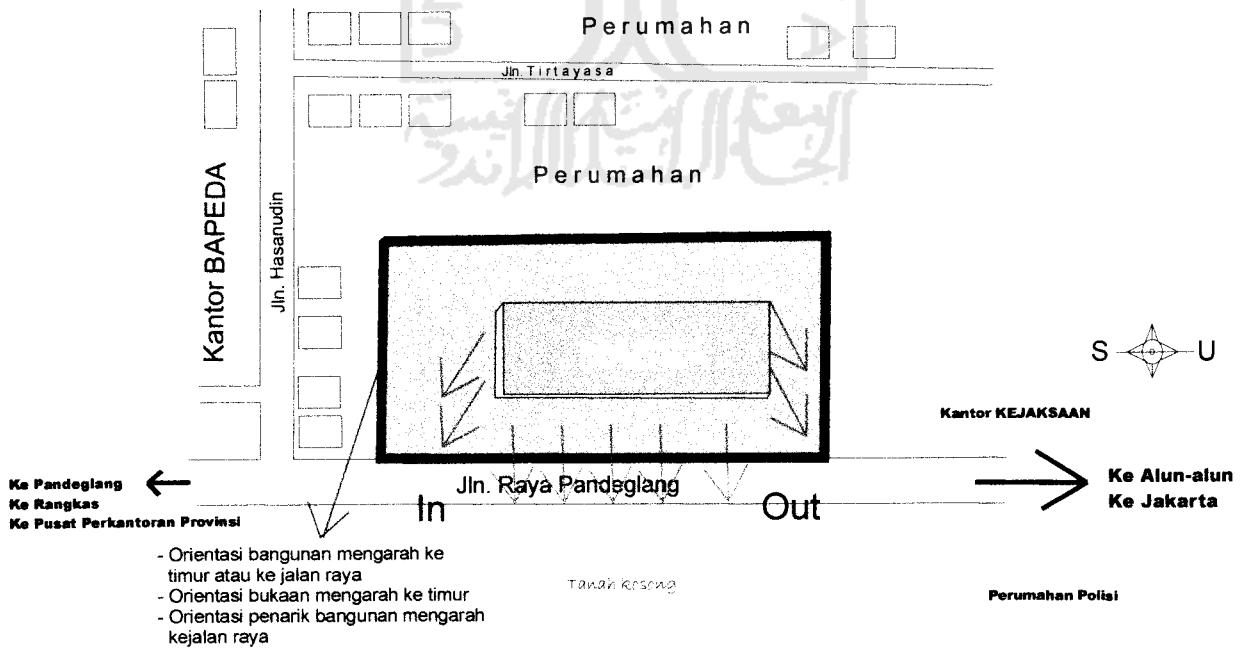


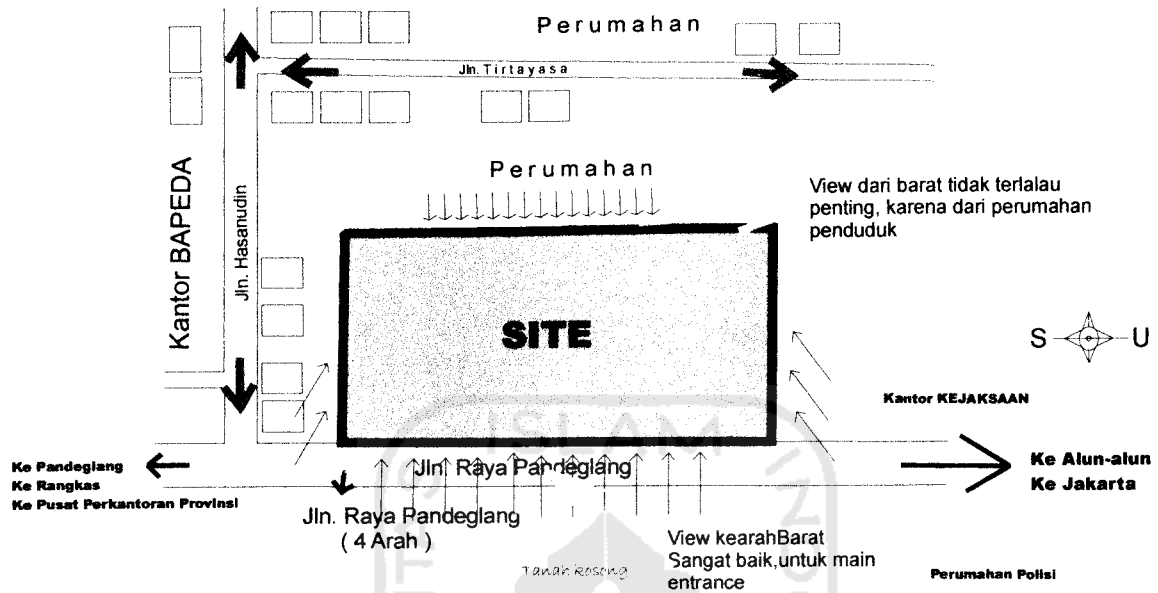
KEBISINGAN



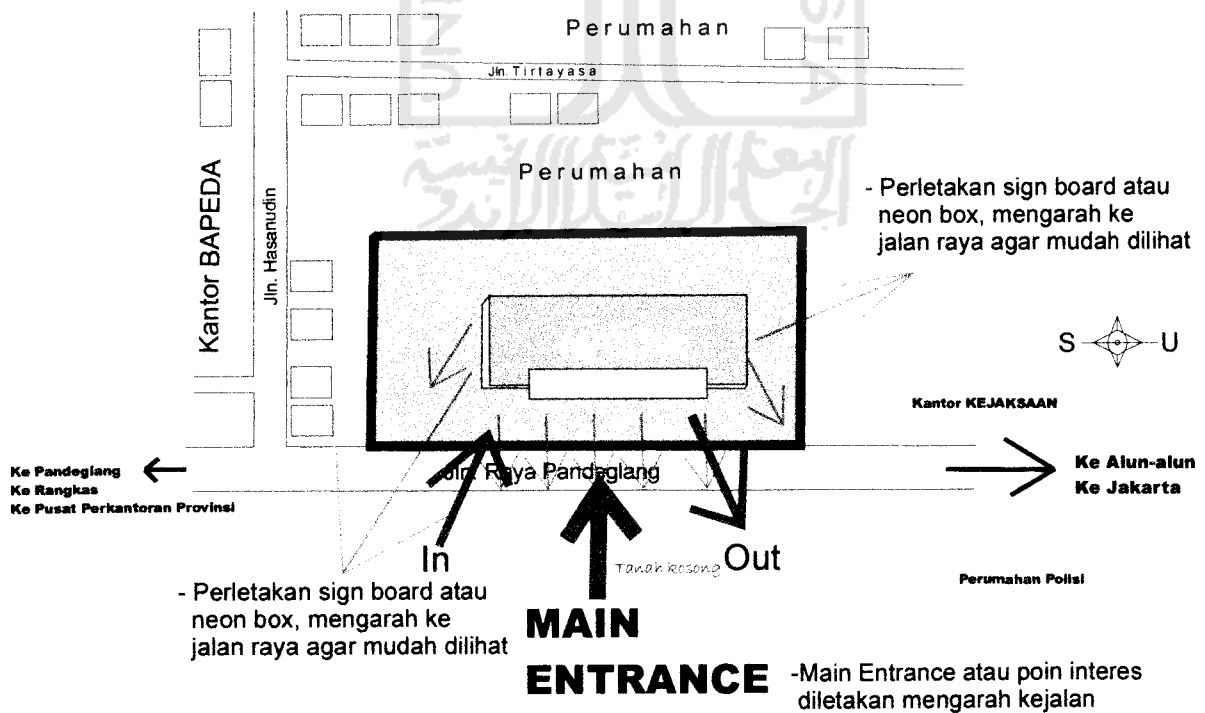


VIEW DARI SITE



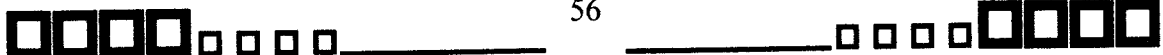
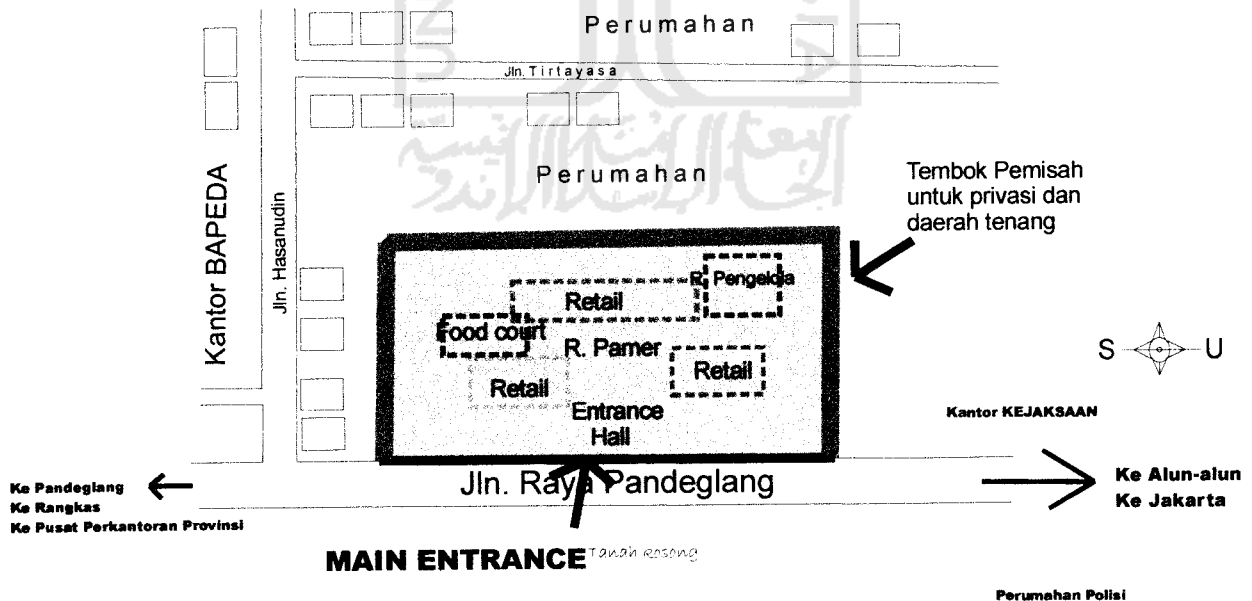


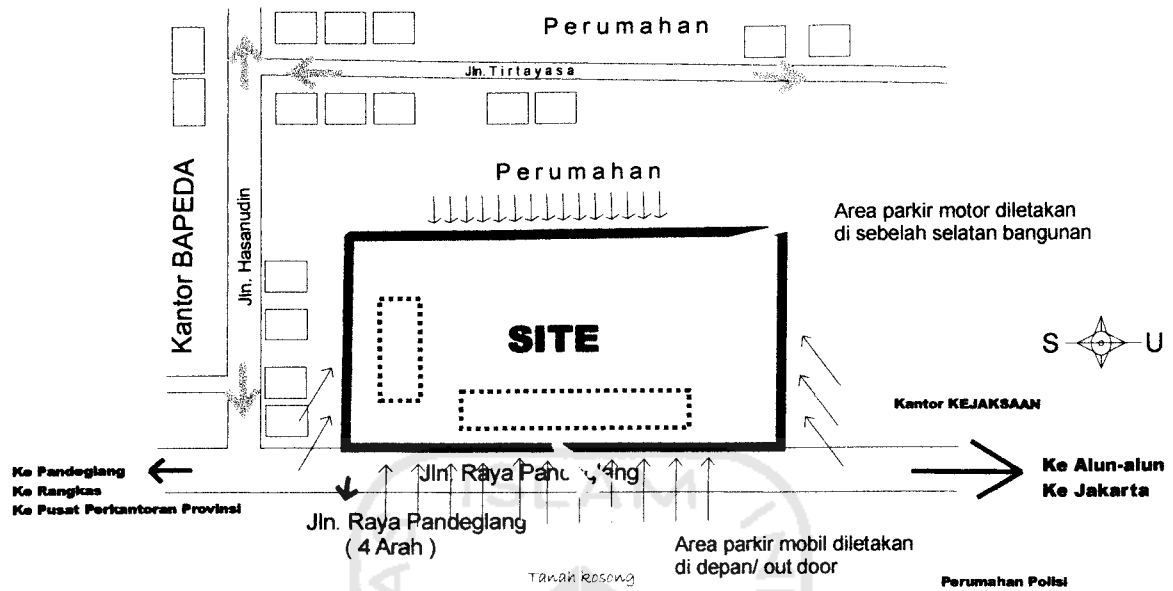
VIEW KE SITE



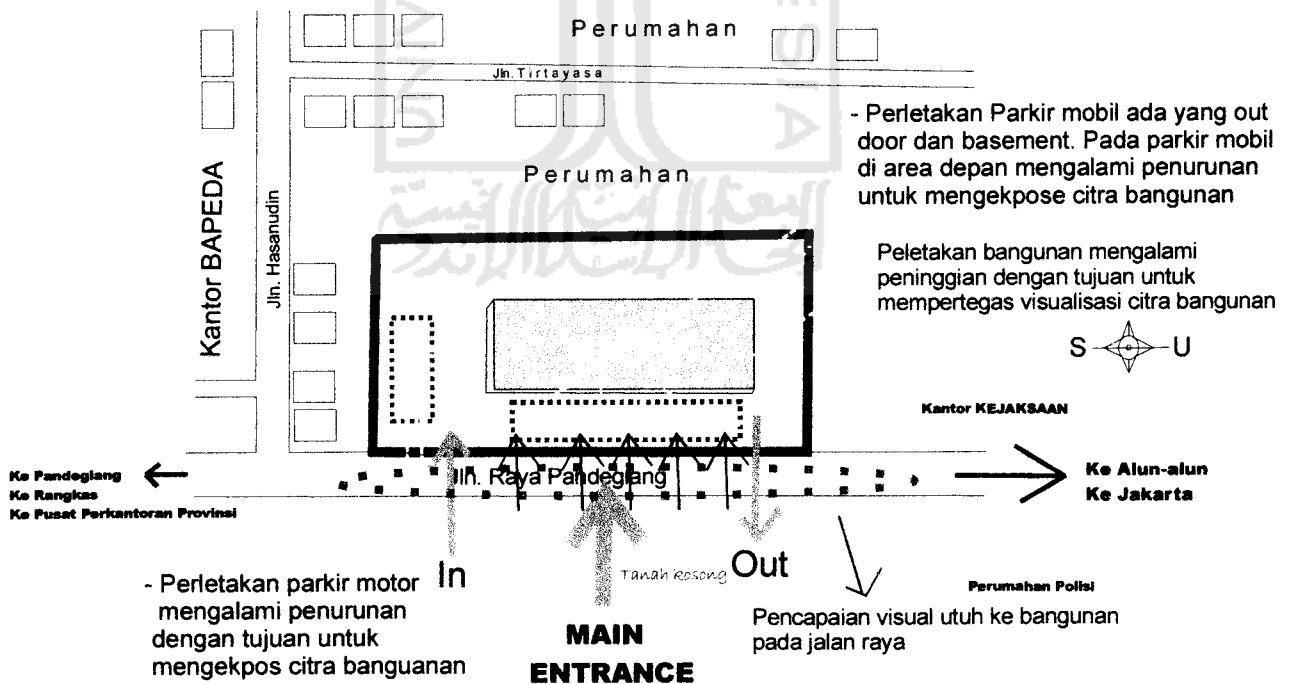


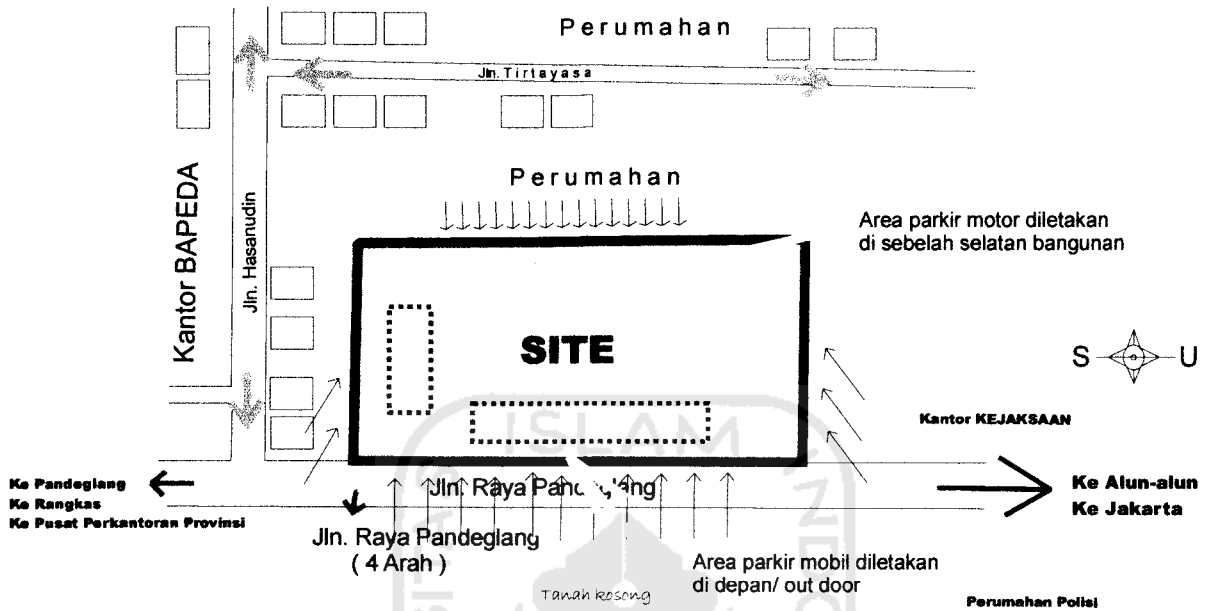
ZONING KEGIATAN



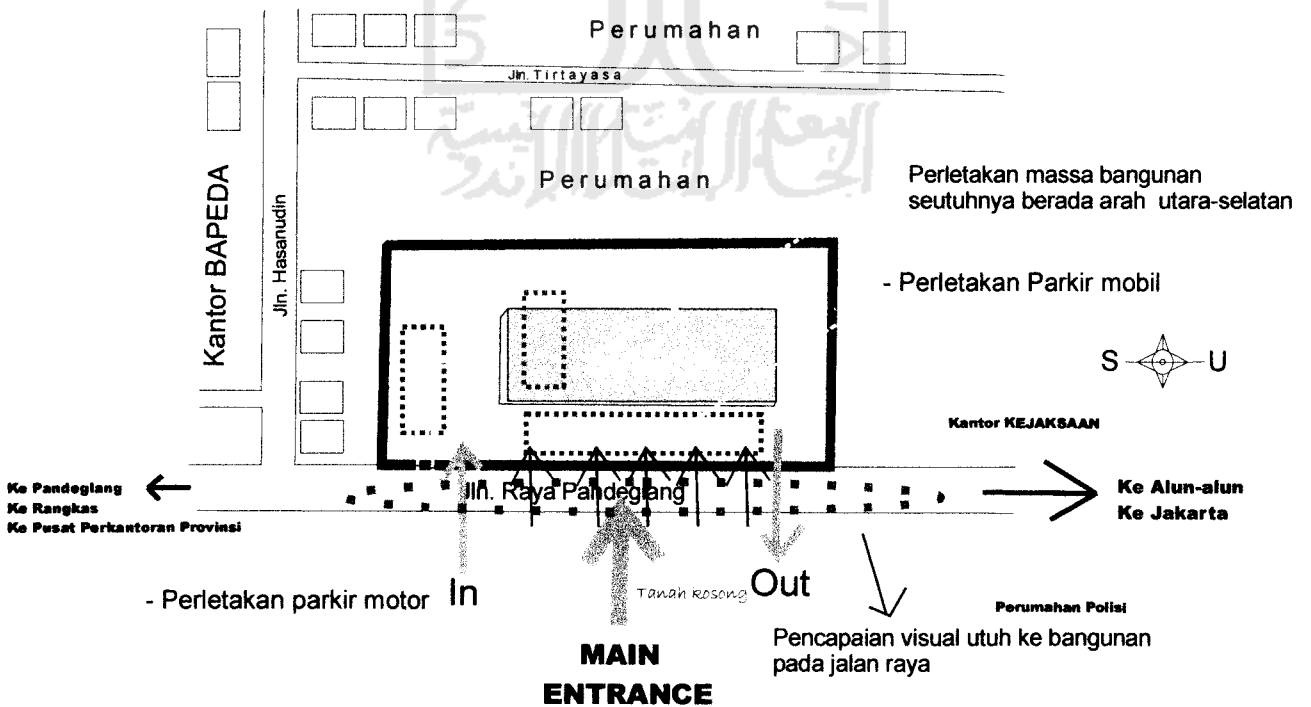


VIEW KE SITE





VIEW KE SITE





III.5. Analisa Karakteristik Telepon Selular

5.1 Studi Karakteristik Telepon Selular

Adapun konsep yang akan diambil adalah transformasi karakteristik telepon selular kedalam citra bangunan. Konsep tersebut pada dasarnya ingin mengangkat keunggulan teknologi yang ada pada telepon selular dari pada produk elektronik yang lain. Pada saat ini sebuah Hand phone bisa mewakili beberapa produk elektronik misalnya : Televisi, Handycam, Digital Camera dll. Dari keunggulan di atas bisa disimpulkan pada sebuah Hand phone bisa mewakili berbagai macam produk elektronik yang cukup sesuai dengan sebuah bangunan pusat perdagangan elektronik. Setelah mengumpulkan data-data baik dari majalah, internet dll, maka telepon selular ini memiliki karakter yang nantinya akan ditransformasikan ke dalam citra bangunan yaitu :

1. Memiliki kecepatan yang tinggi dalam mengakses
2. Ringan atau mudah dibawa-bawa
3. Akan selalu mengalami Perkembangan sesuai dengan waktu
4. Merasa nyaman ketika bertelepon karena ukuran/dimensi yang sesuai
5. High-tech pada layanan jaringan

Namun disini hanya akan diambil beberapa karakter yang kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam proses transformasinya kedalam citra bangunan. Pada transformasi konsep yang akan diangkat nanti mungkin hanya 3 karakter saja dengan diambil yang paling sering dirasakan oleh user (pengguna) Hand phone. yaitu : Ringan , Berkembang, High-tech

5.2 Analisa Citra bangunan

a. Bentuk Bangunan

Sebagai Bangunan yang memiliki nilai komersil dan berorientasi pada keuntungan maka media dan warna dibuat sedemikian rupa sehingga dapat



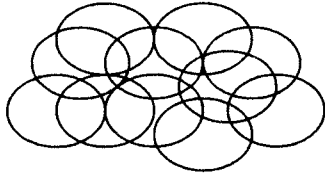


mendukung citra yang di tampilkan. Pemakaian bahan yang kontras dan berani guna membedakan struktur, utilitas dan MEE yang diekspose pada bangunan.

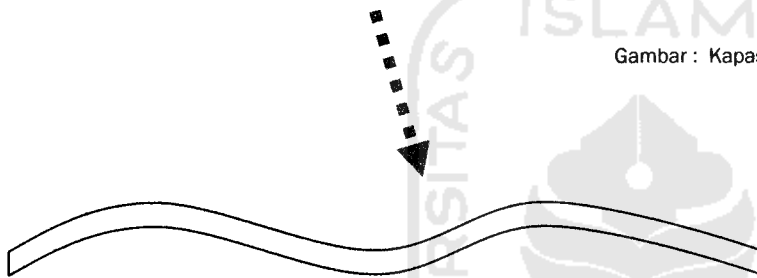
Citra merupakan tema dari tugas akhir ini dengan mengambil konsep dari karakteristik Telepon Seluler yaitu :

1.Ringan

Ringan mengandung arti melayang, ini di analogikan ke dalam suatu benda yang melayang seperti : kapas, kertas, awan, burung



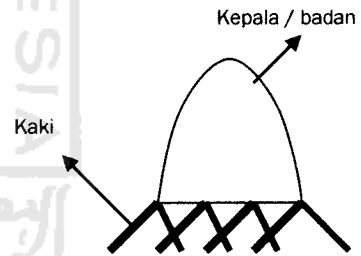
Gambar : Kapas



Gambar : Kertas

Benda yang mempunyai volume kecil

Ada juga benda yang melayang/ terbang karena menggunakan bantuan benda lain seperti : pesawat, kapal ruang angkasa



Gambar : Pesawat ruang angkasa

Kesimpulan :



(**Transparan**) untuk memploting bangunan yang di maksud transparan dibuat dengan menggunakan kaca-kaca

Gambar : Gedung No_tel

Sumber : Anglefine.com



(Melayang) pada bentuk struktur menggunakan struktur baja, beton bertulang dengan diekspose tujuannya untuk memberikan kesan melayang pada bangunan.

Gambar : Hotel_Jerman
Sumber : Indonesia desain_living



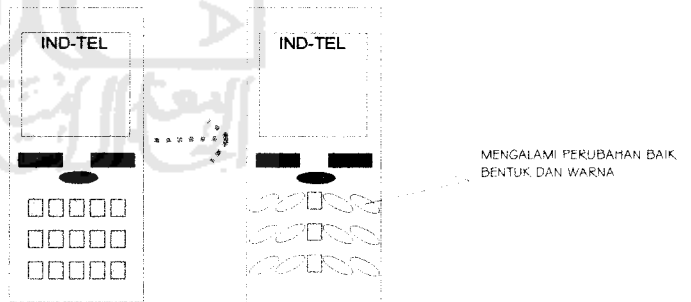
(Aerodinamis) Ini adalah bentukan yang ada pada benda-benda melayang

Gambar : Bangunan komersil
Sumber : Angelfine.com

2. Berkembang

Berkembang diartikan sebagai sesuatu yang bisa berubah-ubah ini dianalogikan dari casing Hand phone yang bisa diganti-ganti, baik bentuk maupun warna.

Gambar : Contoh bentuk casing Hand phone
Sumber : Pengolahan



Kesimpulan :

Ada perubahan bentuk pada bangunan sesuai dengan keinginan user/ menyesuaikan dengan musim. Dalam pengoperasian menggunakan teknologi.

Gambar : Shading yang menggunakan teknologi
Sumber : Kenyang_building.com





3. High Tech Architecture

High Tech Menurut artinya adalah teknologi tinggi (The dictionary English Indonesia, Edisi 5, Drs. Peter Salim, Modern English Press, Jakarta, 1990)

High Tech (Industri) : Komputer, Chip silikon, Ponsel, dll

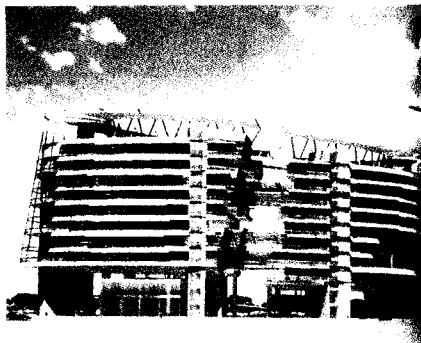
High Tech (Arsitektur) : Bangunan dengan gaya istimewa (khusus)

Kajian secara fisik dan ideology dari HighTech :

- Material : Kaca dan Baja
- Karakter High Tech :
Keleluasaan ekspresi dan Flasiabilitas menunjukkan ketegasan atau kejelasan kejujuran dari suatu ekspresi yang biasa digunakan untuk mewujudkan ide pada produksi industri yang memprioritaskan pada fleksibilitas.

Ide desain didasarkan pada fungsi dan kebutuhan

- Colin Davis, High Tech Arsitekture, Rizoli, New york, 1988
- Karakter High Tech Diungkap melalui 3 Elemen :
 - Bentuk
 - Struktur
 - Bahan atau material (Janks, Charles from late Moderism, 94)



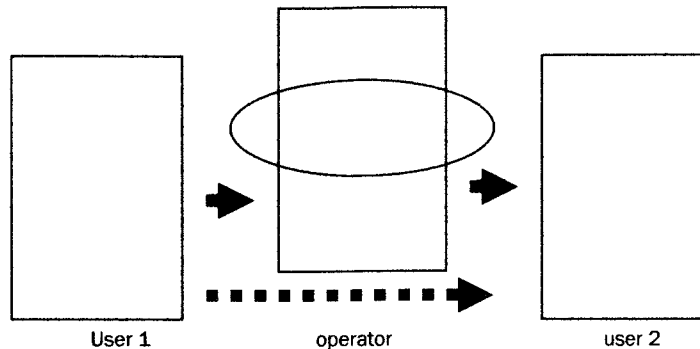
Kesimpulan

Kaca sebagai salah satu material yang digunakan sebagai partisi karena memberikan kesan yang elegan, transparan dan ringan. Penggunaan konstruksi baja sebagai jawaban akan material frebab yang cepat dalam hal pemasangan dan jawaban akan terwujudnya bangunan dengan bentang lebar

Gambar : Bangunan stadion
Sumber : kenyang_bulding.com



Pada masa bangunan dibuat menjadi 3 (tiga) masa bangunan dengan mengambil arti dari user telepon seluler



B. Material

1. Kaca

Dalam pemilihan bahan yang akan disesuaikan dengan citra bangunan dan fungsi bangunan itu sendiri, kaca merupakan bahan pendukung dalam tampilan bangunan/fasad. Karena materi kaca mempunyai beberapa keistimewaan yaitu :

- Memberikan kesan ringan
- Memberikan kesan transparan
- Memberikan volume pencahayaan yang alami
- Mudah dalam perawatan
- Memberikan kesan ruang yang relative lebih luas dan fleksibel

Dari keistimewaan tersebut dapat dijadikan landasan untuk menampilkan kaca dalam fasad depan yang sesuai dengan tema bangunan yaitu tempat komersial.

Perkembangan kaca yang dahulu diantipatkan karena hanya memberikan efek cahaya pada penggunanya tetapi tidak bisa mengisolasi panas yang masuk sudah tidak dapat dibenarkan karena teknologi sekarang menemukan kaca " smart ". mampu menyerap cahaya tanpa memasukan panas.

Bukan sebagai pencahayaan alami

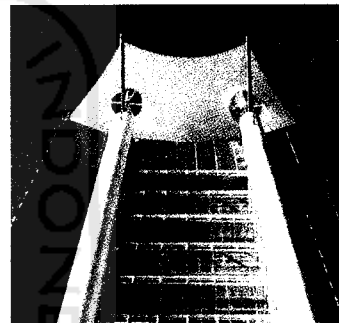
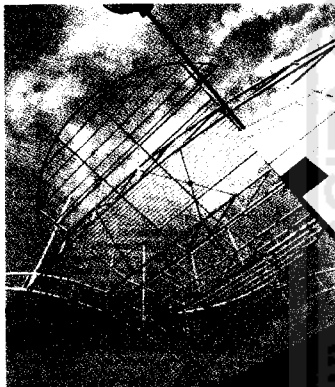




Diantara kaca-kaca tersebut ada beberapa merk yang sering dipakai diantaranya V-cool, Sun-guardglass, Solarguard, Smartglass. Dari merek-merek tersebut mempunyai keragaman jenis dalam kaca yang akan ditampilkan dari ketebalan 4 mm sampai 1.5 cm.

2. Struktur

Struktur merupakan kerangka bangunan akan menentukan kekuatan bangunan secara keseluruhan, sistim struktur yang akan digunakan adalah system struktur Baja, Beton bertulang,,



Gambar : Atap menggunakan struktur Baja
Sumber : kenyang_building.com

3. Tekstur dan Warna

Pada citra bangunan melayang tektur dan warna bangunan sangat mempengaruhi. Oleh karena itu warna yang sesuai adalah warna lembut/pastel

Warna elemen bangunan di dominasi oleh warna putih dengan perpaduan silfer, sebagai penambah elemen di gunakan air.



Gambar : Contoh warna bangunan
Sumber : Arsitektur_building.com



5.3 Pola sirkulasi

Pada pola sirkulasi yaitu sebagai pencapaian dari jalan ke bangunan dengan menggunakan pola sirkulasi 3 pencapaian yaitu :

1. Entrance / pintu utama

Pada pintu utama ini memiliki pergerakan lurus/linier (langsung) dari area parkir depan menuju Hall/ruang pameran



Gambar : Pergerakan lurus
Sumber : D. K Cink



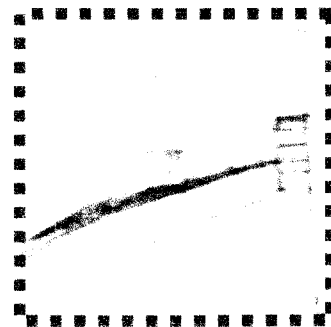
Gambar : pergerakan tersamar
Sumber : D. K Cink

2. Pintu selatan

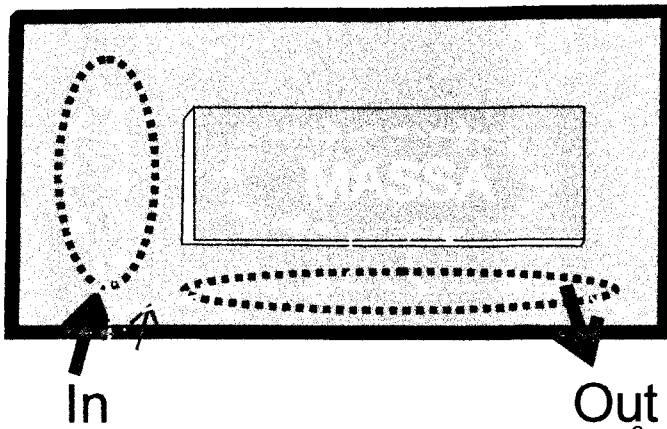
Pada pintu selatan ini memiliki pergerakan tersamar yang sebelumnya pengunjung masuk melewati jalan utama kemudian berada di parkir dan menuju ke bangunan.

3. Pintu Timur

Pada pintu timur ini memiliki pergerakan berputar yang sebelumnya pengunjung masuk melewati jalan utama kemudian masuk melewati ruangan basement dan kemudian ke area pameran dengan akses melewati tangga.



Gambar : Pergerakan berputar
Sumber : D. K Cing Form and Space

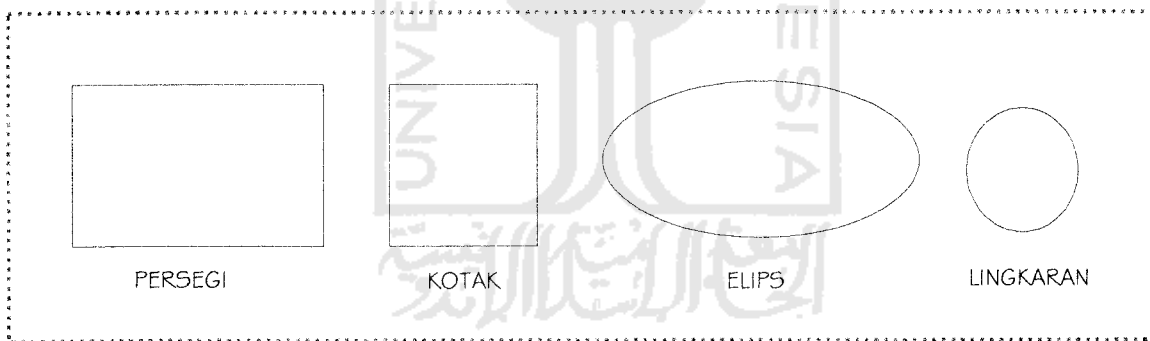


Gambar : Pergerakan berputar sirkulasi pada site

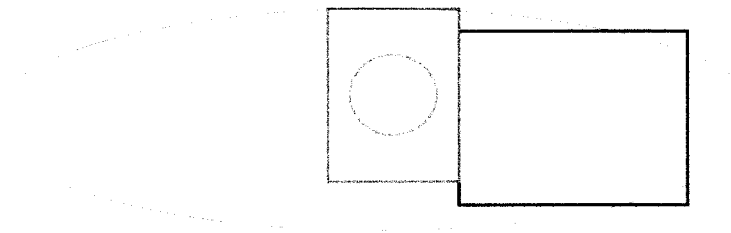
5.4 Pola Pencarian Bentuk Pada Massa Bangunan

Pada Hend phone memiliki beberapa bentukan sebagai pembentuk desain sebuah hend phone yaitu persegi panjang, elips, lingkaran, kotak

1. Bentuk dasar



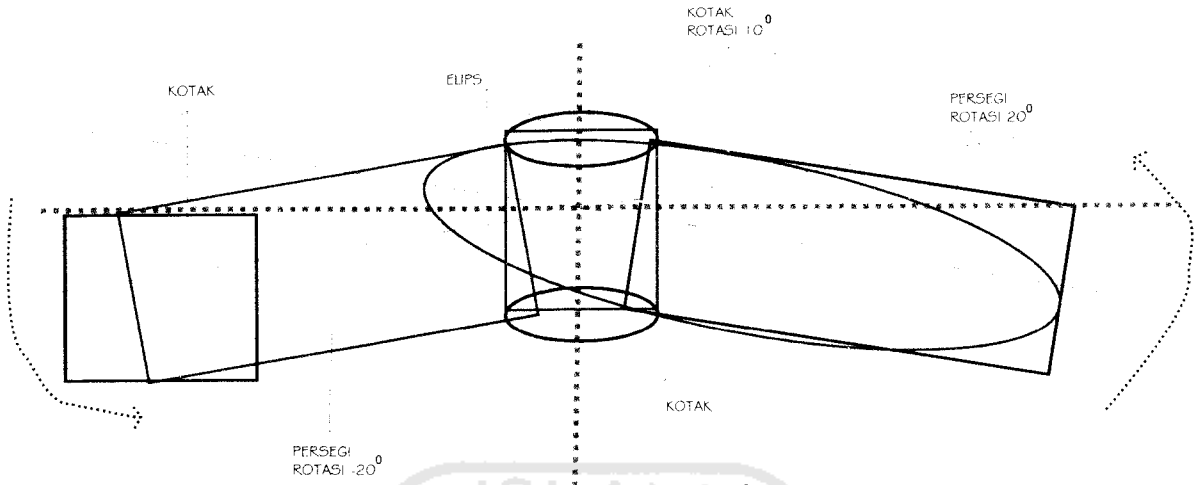
Proses pengolahan bentuk



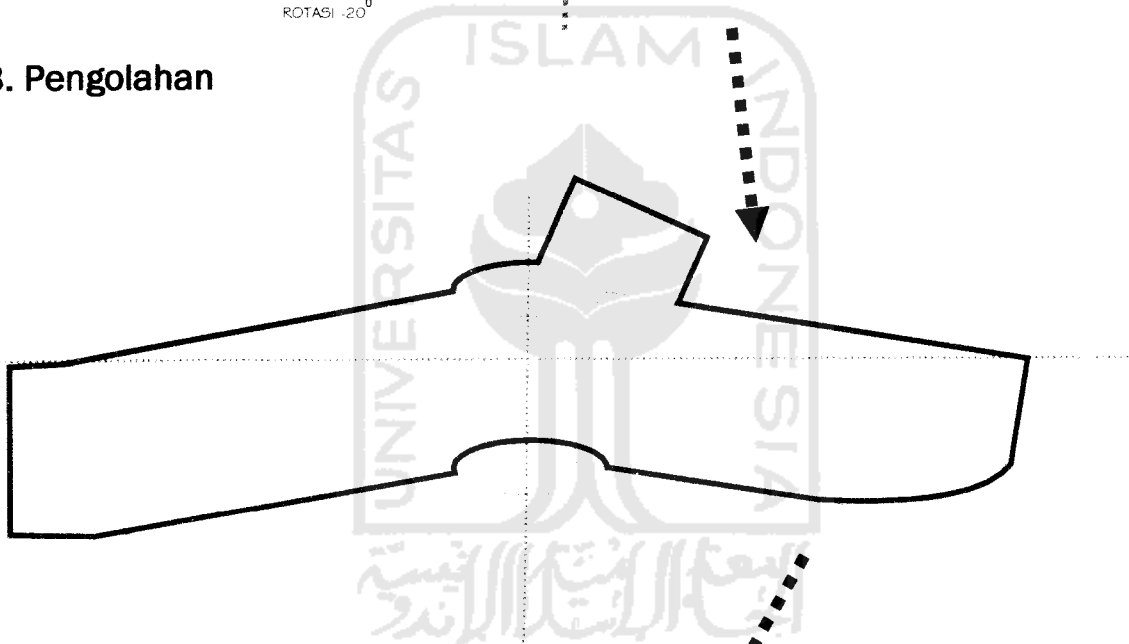
PENCARIAN BENTUK : - EMPAT BUAH MASSA PERSEGI, LINGKARAN
 DIKAT OLEH BENTUK ELIPS SEBAGAI SATU KESATUAN
 - EMPAT BUAH BENTUK DIARTIKAN SEBAGAI (KUNING)
 USER 1. (BIRU) OPERATOR. (MERAH) USER 2 DAN
 (HIAU) SATELIT



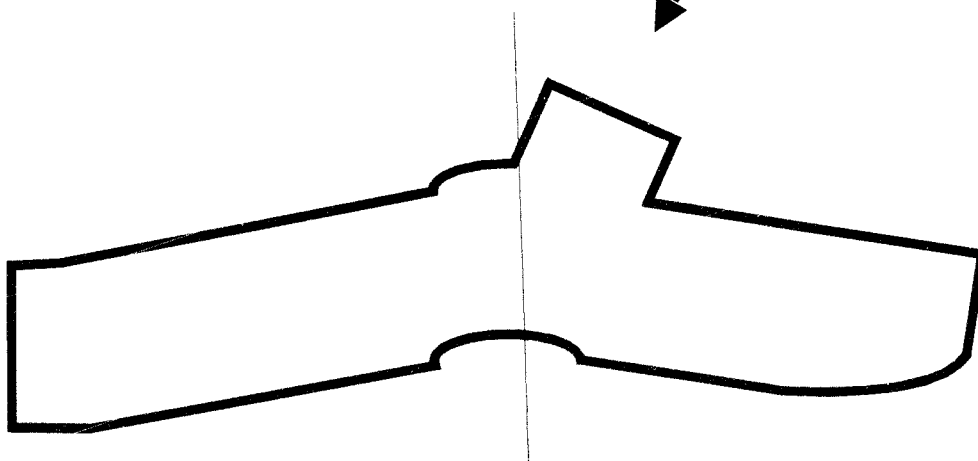
2. Perotasian



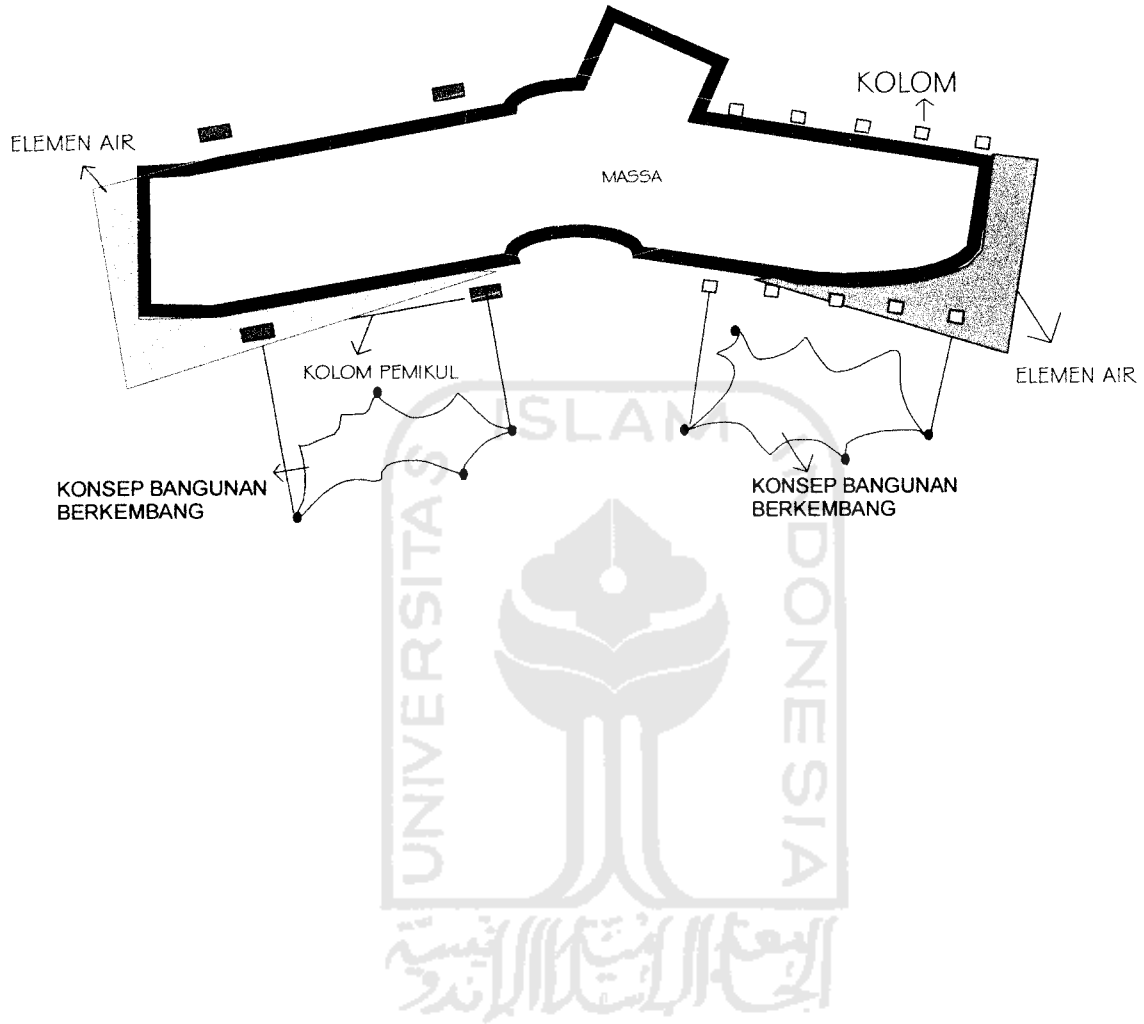
3. Pengolahan



4. Bentuk yang dihasilkan



5. Gubahan massa





SKEMATIK DRSAIN

SITUASI

PINTU SELATAN DIPERUNTUKAN BAGI PENGUNJUNG YANG MENGENDARAI RODA DUA, PEJALAN KAKI

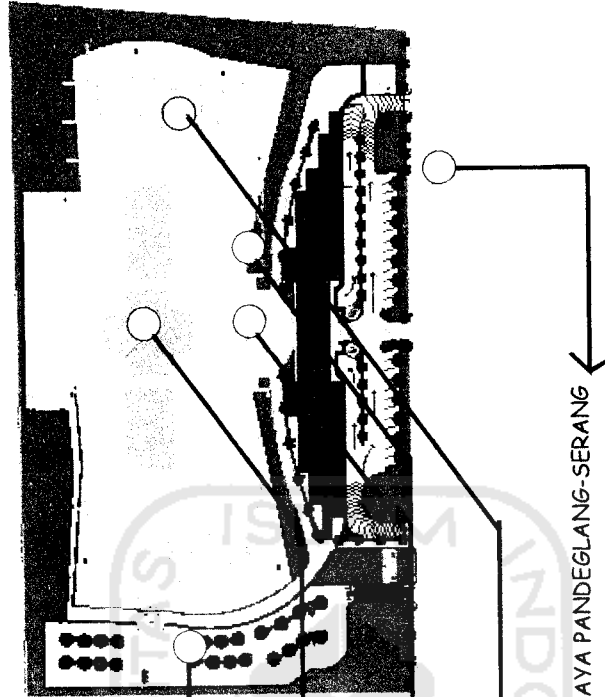
ATAP TRANSPARENT/ BAHAN POLYCARBONAT SEBAGAI PENCAHAYAAN ALAMI PADA RUANG PAMERAN BESAR

SHADING YANG BERUBAH YANG BERFUNGSI SEBAGAI PELINDUNG MATAHARI SEBAGAI KONSEKUENSI DARI KONSEP BERKEMBANG DAN HIGH TECH

ATAP YANG MENGGUNAKAN TEKNOLOGI SEBAGAI KONSEKUENSI DARI KONSEP HIGH TECH

JALAN RAYA PANDEGLANG-SERANG

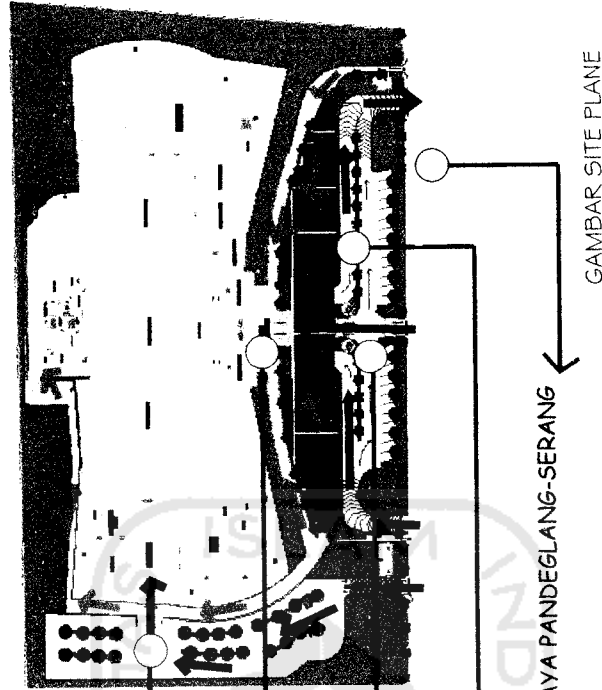
SUSUNAN MASSA ATAP LINIER DAN ADANYA REPETISIS/PENGULANGAN PADA ATAP SPACE FRAME





SKEMATIK DASAR

SIRKULASI DAN SITE PLAN



PINTU SELATAN DIPERUNTUKAN BAGI PENGUNJUNG YANG MENGENDARAI RODA DUA, PEJALAN KAKI

SIRKULASI MENUJU BANGUNAN BAGI PEJALAN KHAKI DARI JALAN RAYA ATAU MELEWATI AREA PARKIR MOBIL DEPAN

AREA PARKIR MOBIL DEPAN OUT DOOR DARI JALAN RAYA MELEWATI JALAN KHUSUS MOBIL

UNTUK SIRKULASI MOBIL PENGUNJUNG DAN PENGELOLA IN DOOR/BASEMENT DARI JALAN RAYA MELEWATI JALAN KHUSUS MOBIL KEMUDIAN MASUK MELEWATI TEROWONGAN

GAMBAR SITE PLANE

JALAN RAYA PANDEGLANG-SERANG

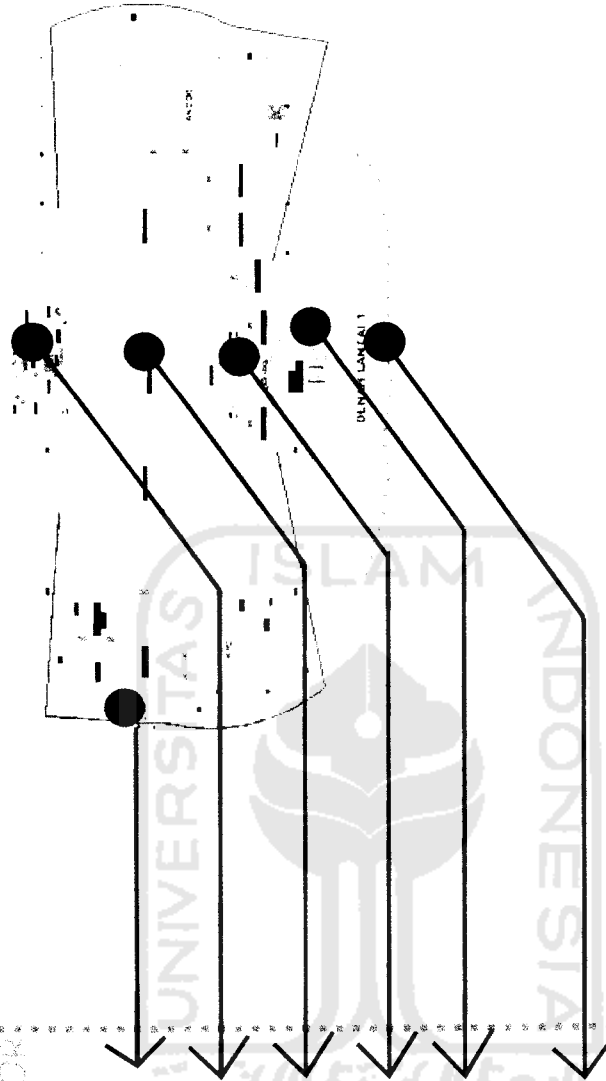
POLA SIRKULASI KE BANGUNAN MENGGUNAKAN 3 POLA SIRKULASI PENCAFAIAN : PERGERAKAN LURUS PERGERAKAN TERSAMAR, PERGERAKAN BERPUTAR





SKEMATIK DASAR

ZONING GROUND FLOOR



PENCAPAIAN KE BANGUNAN DENGAN MENGGUNAKAN TANGGA SEKALIGUS ENTRANCE DARI SELATAN

AREA LAVATORY UNTUK PENGUNJUNG PENGELOLA DAN AREA SERVICE

AREA PEMERAN IN DOOR BESAR DAN KECIL

RUANG INFORMASI DAN MAIN ENTRANCE

RAMP NAIK KE ENTRANCE YANG MERUPAKAN KONSEKUENSI DARI PENAIKAN KETINGGIAN LANTAI GROUND FLOOR DARI 0.00 MENJADI +1.00 M

AREA RUANG OUT DOOR DIGUNAKAN PEMERAN OUT DOOR DAN KONSER MUSIK

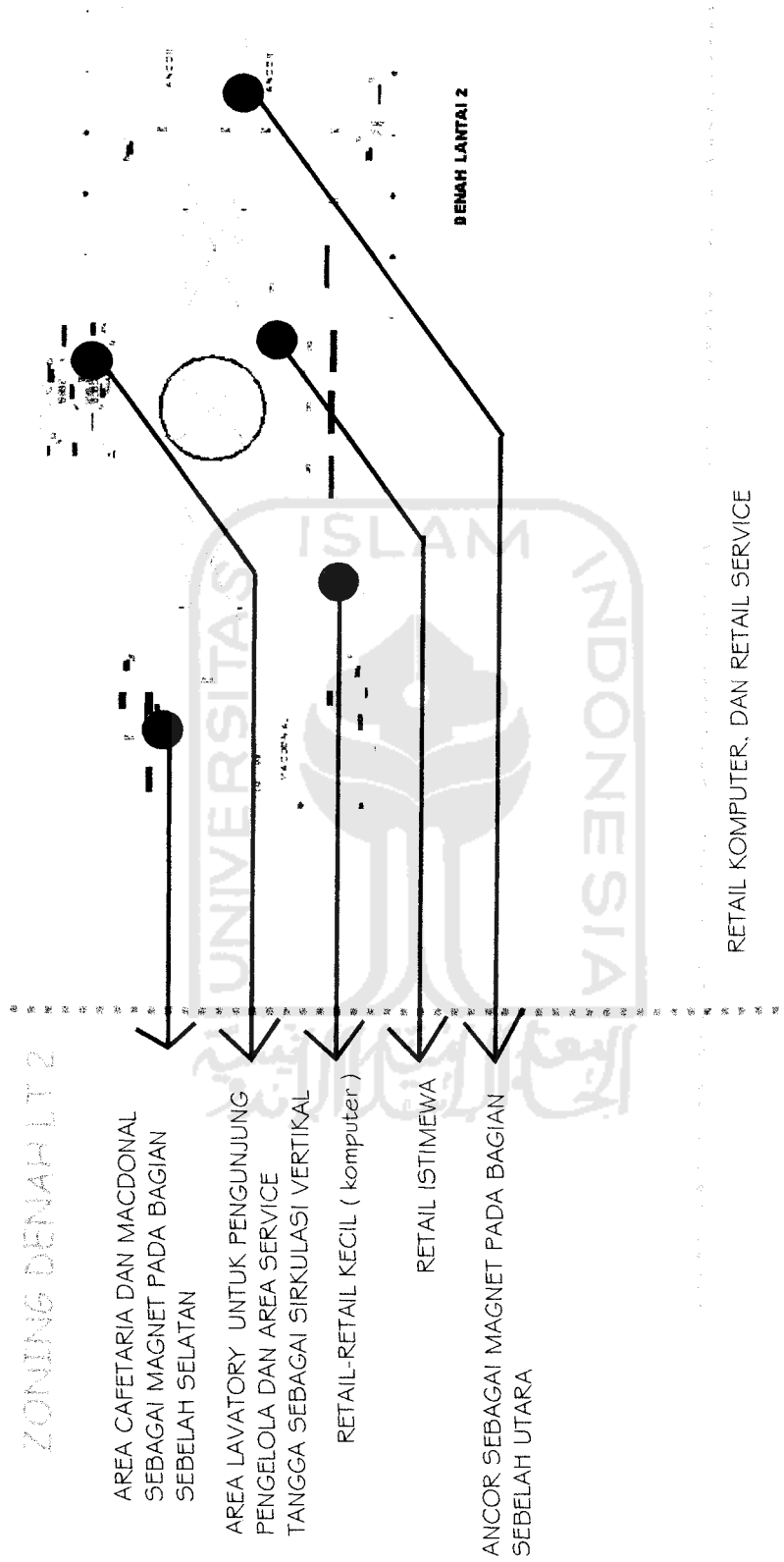
RUANG OUT DOOR DI DEPAN BANGUNAN SEBAGAI KONSEKUENSI KONSEP BERKEMBANG, YANG SETIAP RUANG DI SESUAIKAN DENGAN IVENT YANG DI ADAKAN





SKEMATIK DRSAN

ZONING DENAH L2





SKEMATIK DSSAIN

ZONING DENAH LT 3

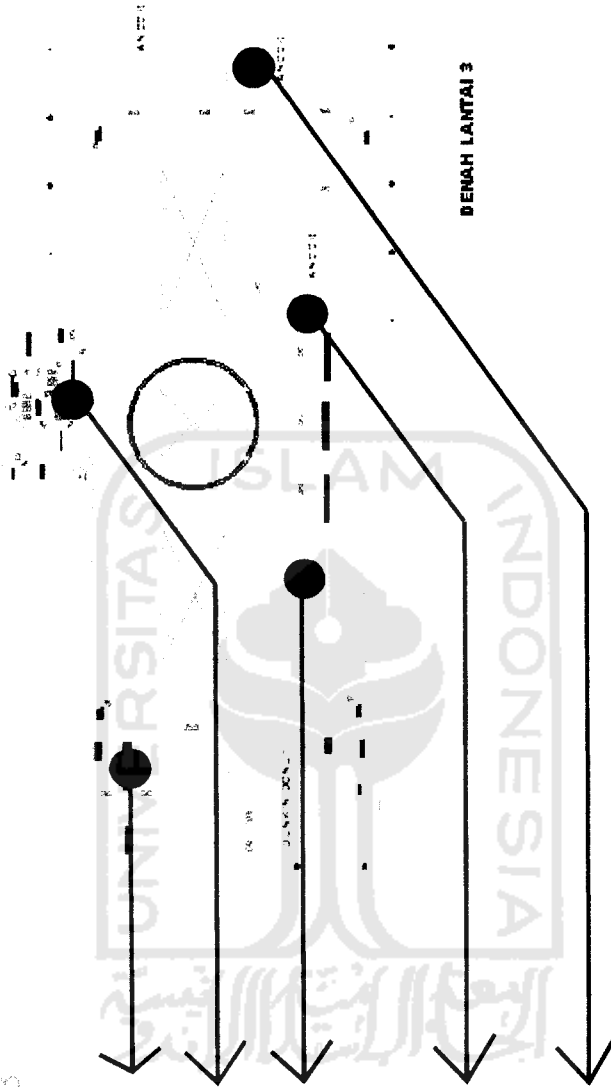
AREA CAFETERIA DAN DUNKIN DONUT
SEBAGAI MAGNET PADA BAGIAN
SEBELAH SELATAN

AREA LAVATORY UNTUK PENGUNJUNG
PENGELOLA DAN AREA SERVICE
TANGGA SEBAGAI SIRKULASI VERTIKAL

RETAIL-RETAIL

RETAIL ISTIMEWA

ANCOR SEBAGAI MAGNET PADA BAGIAN
SEBELAH UTARA

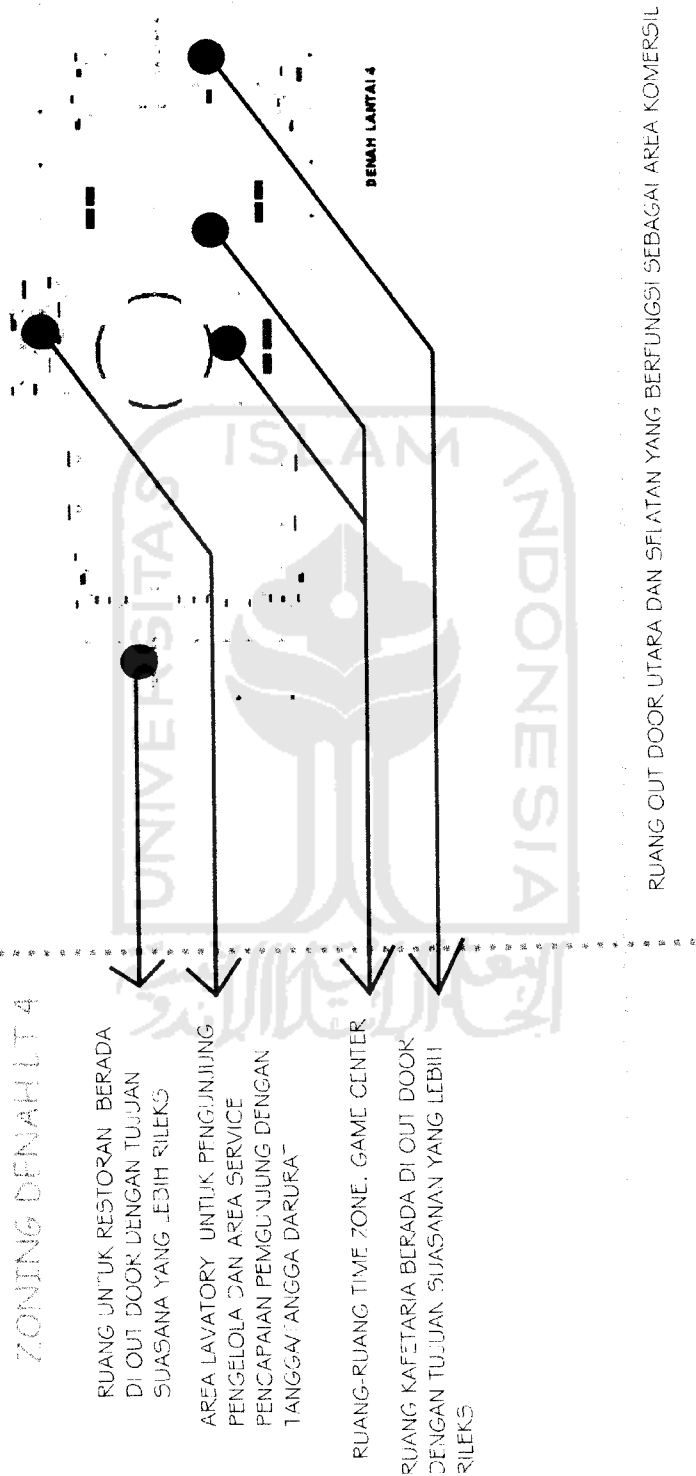


RETAIL HAND PHONE, ELEKTRONIK, DAN RETAIL SERVICE



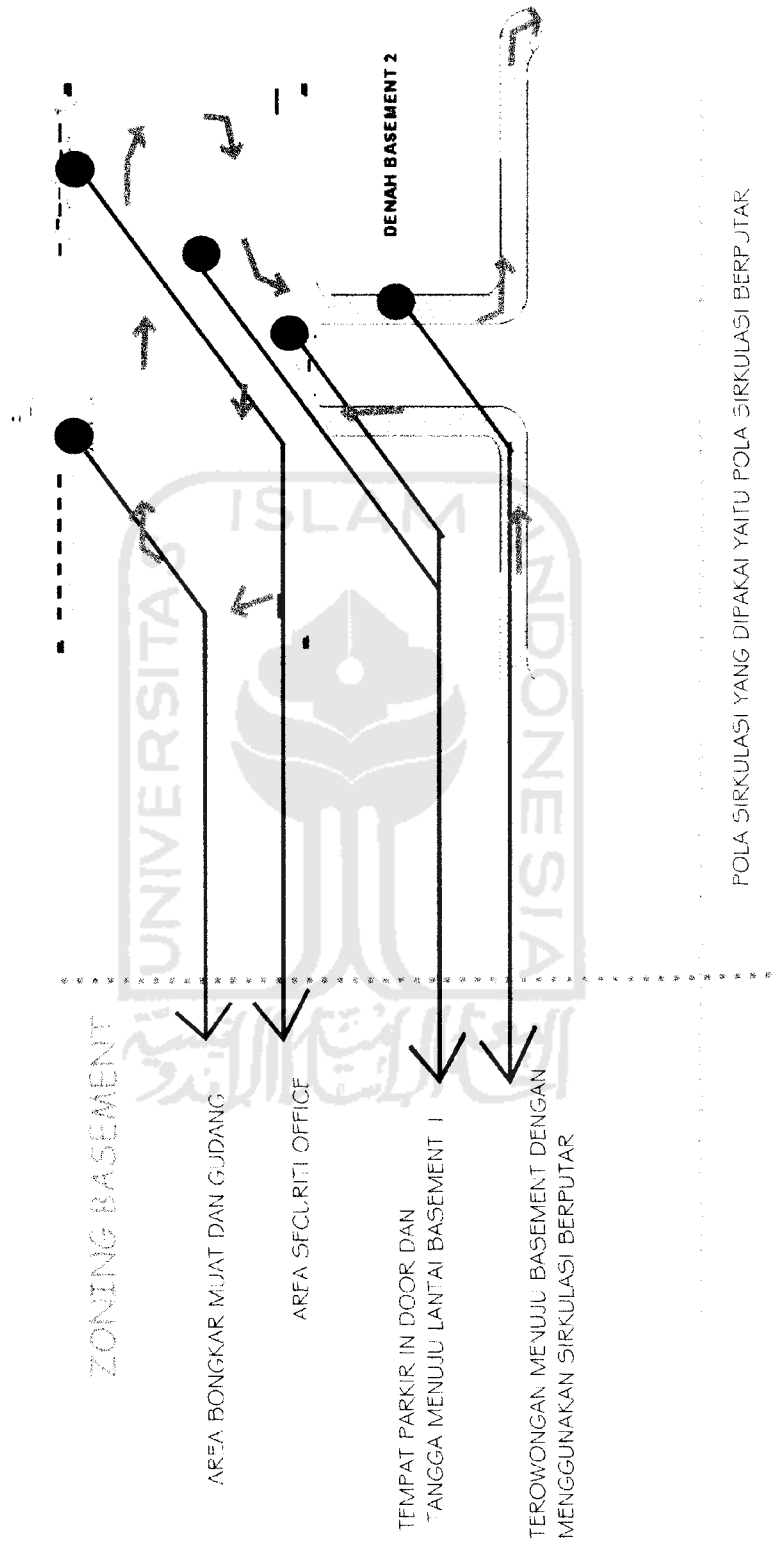


SKEMATIK DRSAIN



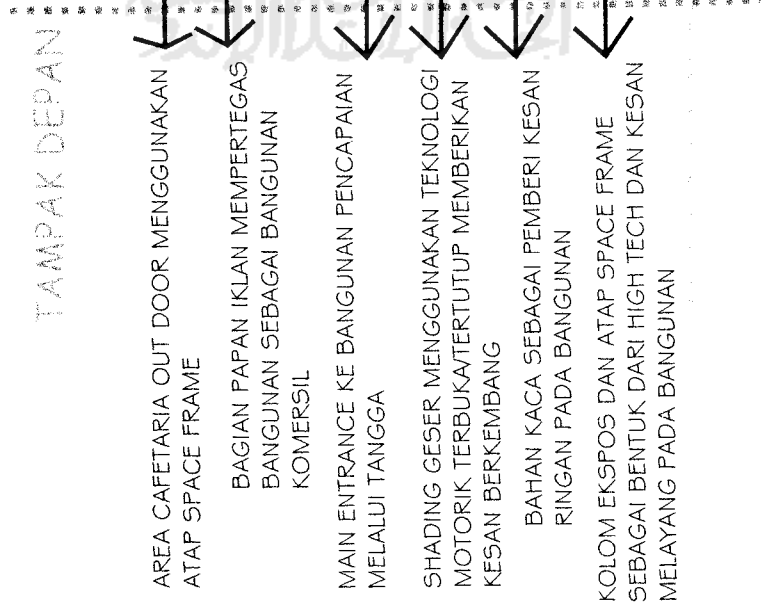


SKEMATIK DRSAN





SKEMATIK DSSAON





SKEMATIK DRSAN

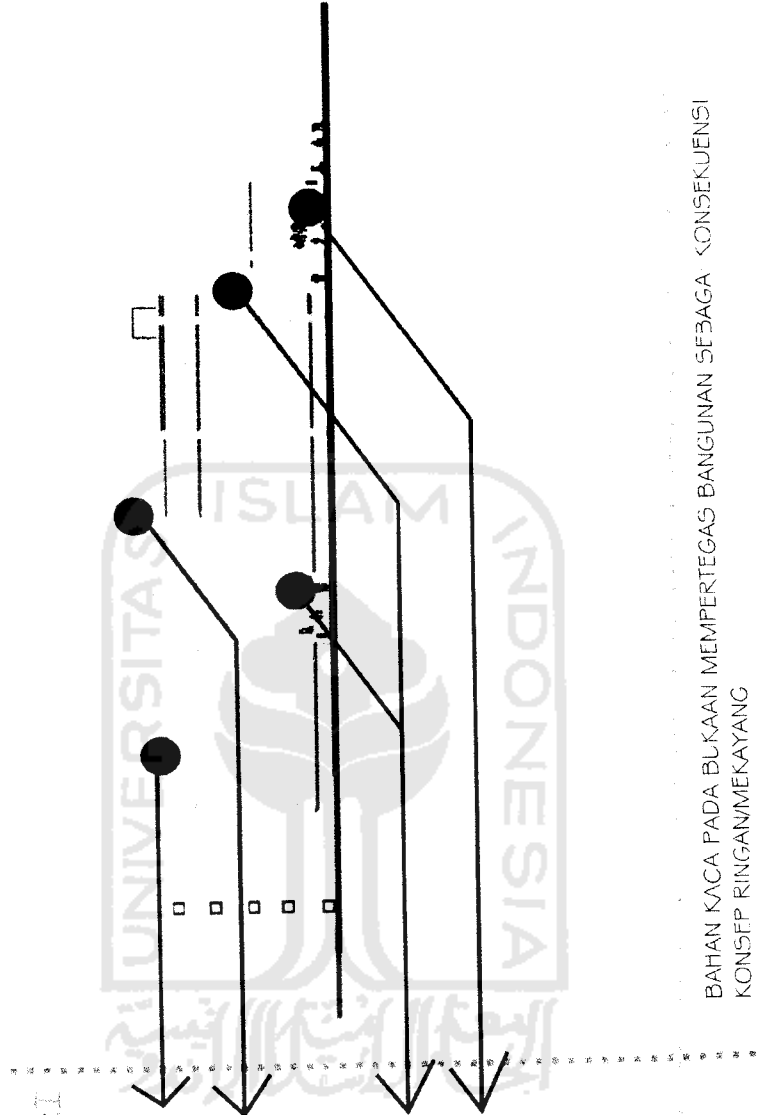
TAMPAK SAMPIING KIRI

RUANG UNTUK RESTORAN BERADA DI OUT DOOR DENGAN TUJUAN SUASANA YANG LEBIH RILEKS

ATAP GERAK/GESER SEBAGAI KONSEKUENSI DARI KONSEP BERKEMBANG DAN HIGH TECH

ENTRANCE BERADA DI SEBELAH SELATAN DENGAN PENCAPAIAN DENGAN TANGGA BAHAN KACA SEBAGAI KONSEKUENSI KONSEP RINGAN

MAIN ENTRANCE



BAHAN KACA PADA BUKAAN MEMPERTEGAS BANGUNAN SEBAGAI KONSEKUENSI KONSEP RINGAN/MEKAYANG