

BAB II

2.1. DATA DAN TEORI

2.1.1. Profil Proyek

Shopping mall bahan bangunan digunakan sebagai tempat untuk mewadahi kegiatan jual beli material bahan bangunan khususnya yang bersifat sekunr. Adapun fasilitas-fasilitas yang akan diwadahi antara lain:

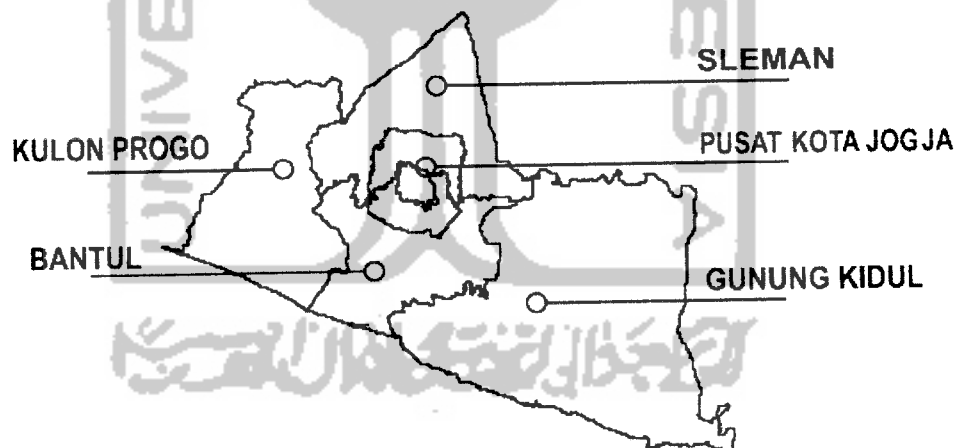
- Fasilitas retail penjualan
Terdiri atas retail besar, retail sedang, retail kecil dan retail penunjang.
- Fasilitas penjualan jasa kearsitekturan
Meliputi konsultan design perencana, kursus pertukangan, bisnis property.
- Fasilitas jasa antar / angkut barang
Penyediaan armada angkutan barang bagi konsumen sehingga konsumen tidak kesulitan dalam pemilihan angkutan yang dibutuhkan.
- Fasilitas pengelola
Fasilitas pengelola meliputi ruang manager, ruang administrasi, tim marketing, cleaning service, maintenance building service, security.
- Fasilitas penunjang
meliputi gudang penyimpanan, ruang bongkar, gudang retail, ruang jaga, lavatory, sirkulasi, informasi.
- Fasilitas penempatan iklan komersial pada area fasad bangunan.

2.1.2. Lokasi

Untuk membangun suatu fasilitas perdagangan yang menjual bahan bangunan, maka kebutuhan mendasar adalah pemilihan lokasi yang tepat dan akan menentukan laku tidaknya shopping mall yang akan dibangun. Site yang dipilih berada di jalur ring road timur, di pinggiran kota yang memungkinkan

untuk diakses dari dalam maupun luar kota. Memiliki jalur sirkulasi dua arah, harga tanah tidak semahal di pusat kota, dan salah satu faktor mendasar yang dijadikan pertimbangan adalah proses perkembangan kota yang akan mengarah ke daerah pinggiran. Sehingga prospek dimasa mendatang shopping mall bahan bangunan ini akan tetap laku.

Pertimbangan lain yang mendasari pemilihan site di ring road timur karena adanya pemikiran untuk tidak meletakkan fasilitas bangunan pada pusat kota yang sudah terlalu ramai dan padat. Sehingga akses serta keberadaanya tidak menambah ruwet laju sirkulasi di dalam kota. Selain itu juga adanya pemikiran untuk pemeratakan sebaran fasilitas, sehingga fasilitas-fasilitas umum tidak hanya bisa ditemui di pusat-pusat kota saja akan tetapi juga bisa ditemui di pinggiran kota. Dan perletakanya sendiri ditujukan untuk bisa diakses oleh 4 kabupaten yang ada di Yogyakarta antara lain : Sleman, Kulon Progo, Bantul, dan Gunung Kidul.



Contoh produk material bahan bangunan yang dijual :



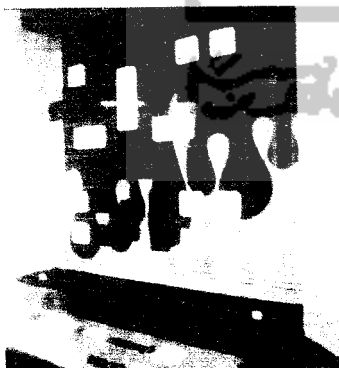
Perengkapan pintu & jendela

produk cat & perlengkapanya



Produk bath room aksessories

Produk kitchen aksessories

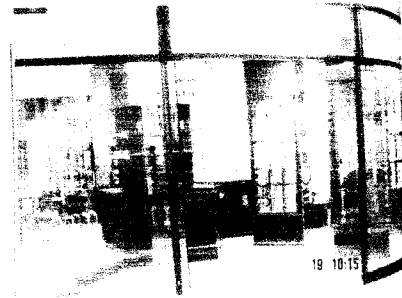


produk armatur kelistrikan

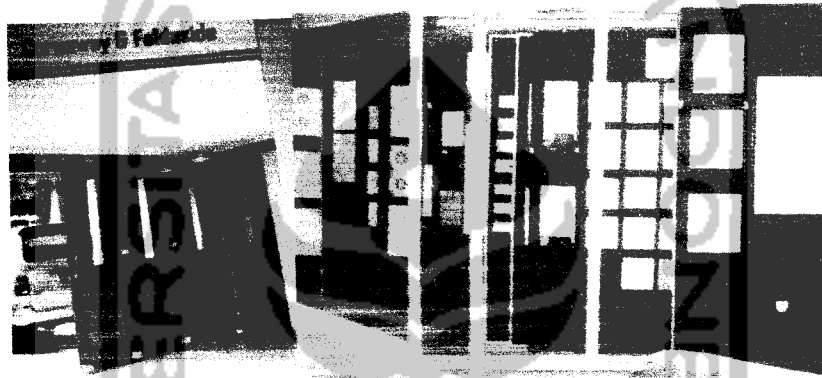
Aneka produk partisi



Aneka produk furnitur



Perlengkapan pintu & jendela



Aneka pintu & jendela

Aneka keramik

2. Penjualan jasa di bidang kearsitekturan
 - a. Konsultan design perencana
 - b. Kursus pertukangan
 - c. Retail bisnis property

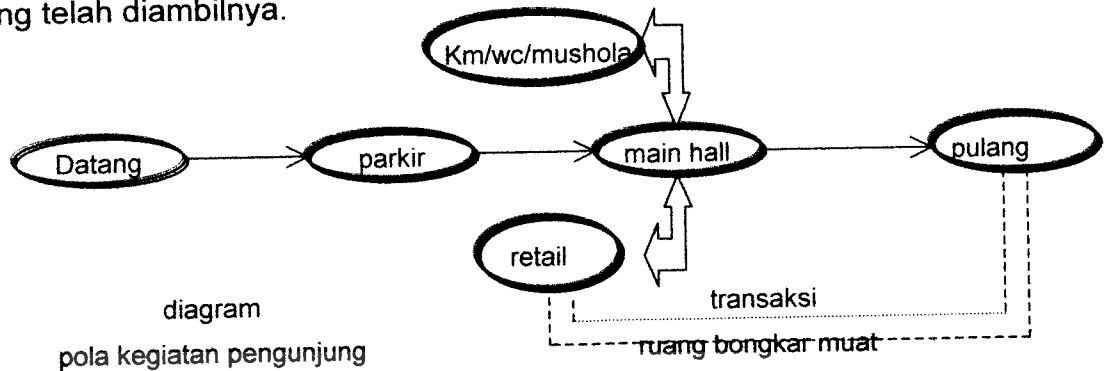
2.1.4. Besaran Ruang / Program Ruang

P r o g r a m R u a n g

KEBUTUHAN RUANG	STANDARD / ASUMSI (M ²)	KA PASI TAS	LUAS (M ²)	UNIT	SUB TOTAL (M ²)
A. Fasilitas penjualan					
1. Retail besar tipe A	asumsi	-	1207	1	1207
Retail besar tipe B	asumsi	-	1314	1	1314
Retail besar tipe C	asumsi	-	1320	2	2640
Retail besar tipe D	asumsi	-	1386	2	2772
2. Retail sedang tipe A					
Retail sedang tipe B	asumsi	-	162	4	648
Retail sedang tipe B	asumsi	-	137	2	274
Retail sedang tipe C	asumsi	-	108	1	108
3. Retail kecil tipe A					
Retail kecil tipe B	asumsi	-	54	13	702
Retail kecil tipe B	asumsi	-	68	9	612
Retail kecil tipe C	asumsi	-	81	8	648
4. Main Mall / Atrium	4%X10925	-	437	1	437
Total	-	-	-	-	11362
B. Fasilitas pengelola					
1. Rg. manager	7,5	2	15	1	15
2. Rg. staff pimpinan	4	15	60	1	60
3. Rg. karyawan/ markt & admnst	4	15	60	1	60
4. Rg. rapat	1,5	20	30	1	30
5. Rg. tamu	1,5	4	6	1	6
8. Rg. cleaning service	0,6	20	12	2	24

KEBUTUHAN RUANG	STANDARD / ASUMSI (M ²)	KA PASI TAS	LUAS (M ²)	UNIT	SUB TOTAL (M ²)
9. Tim perawatan bangunan					
➤ Operasional mesin	30	-	30	1	30
➤ Trafo	10	3	30	1	30
➤ Rg. Genset	10	3	30	1	30
➤ Rg. Alat	5	-	5	1	5
10. Rg. keamanan					
➤ Keamanan toko	1,5	8	12	1	12
➤ Staff keamanan	12,5	4	50	1	50
➤ Rg. Keamanan gudang	7,5	4	30	1	30
➤ Rg. Karyawan dan manager	2	16	32	1	32
Sirkulasi 20%X414	-	-	-	-	82.8
Total	-	-	-	-	496.8
C. Fasilitas penunjang					
1. Gudang retail	6%X10925	-	660	1	660
2. Koridor	5%X10925	-	516	1	516
3. Ruang trolley	asumsi	-	81	6	486
5. Entrance hall	asumsi	-	162	1	162
6. Toilet pengunjung					
➤ Toilet pria	3.15	4	12.6	6	75.6

Pembelian barang dengan cara membawa keranjang atau trolley dan mengambil barang sendiri kemudian dibawa kekasir untuk bayar barang yang telah diambilnya.



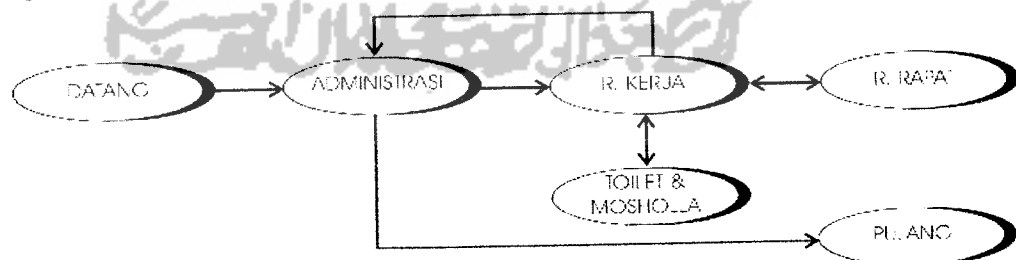
Analisa jenis dan karakter kegiatan pengunjung Shopping Mall bahan bangunan :

- ✓ Datang_Parkir_main hall (Service)
- ✓ Melakukan transaksi (Commercial)
- ✓ Sholat_ke toilet_Parkir_Pulang (Service)

Karakter : formal, public, tenang, santai, konsentrasi, terbatas, ramah, menerima, menarik/presentatif

2. Pengelola :

Manajer, administrasi, tim marketing, cleaning service, perawatan gedung, keamanan gedung. Orang yang sama, kerja dalam waktu yang sudah ditetapkan terikat oleh ruang dalam fasilitas mall. Adapun kegiatannya sebagai berikut :



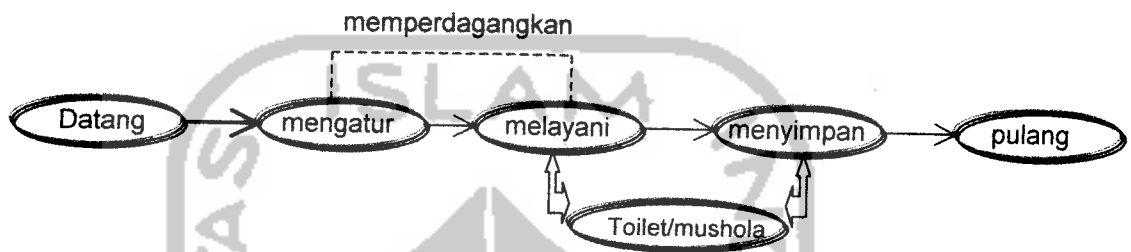
Analisa jenis & karakter kegiatan pengunjung Shopping Mall Bahan Bangunan :

- ✓ Datang_Parkir_Administrasi/lobby/main hall (Service)
- ✓ Bekerja (Commercial)
- ✓ Sholat_ke toilet_Parkir_Pulang (Service)

Karakter : formal, public, tenang, sibuk, konsentrasi, terbatas, ramah.

3. Penyewa toko/ retail :

Perlu wadah untuk mengemas barang yang akan dijual, perlu tempat yang strategis untuk kepentingan melayani konsumen. Adapun kegiatannya :



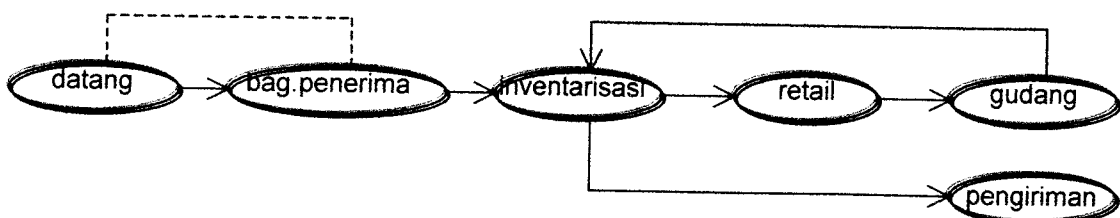
Analisa jenis dan karakter kegiatan :

- ✓ Datang_Parkir_Cari informasi/lobby_Hall (Service)
- ✓ Mengatur barang (Commercial)
- ✓ Melayani Konsumen (Commercial)
- ✓ Sholat_ke toilet_Parkir_Pulang (Service)

Karakter : non formal, public, ramai, sibuk, cepat, terbuka, ramah, menerima, menarik/presentatif

4. Pemasok :

Berkepentingan kepada penyewa dan keperluan gedung itu sendiri waktu kedatangan dijadwalkan pagi sebelum shopping mall dibuka atau malam sesudah shopping mall ditutup. Adapun kegiatannya :



2.1.8. Tanggapan Design

2.1.8.1. Fungsional

Dengan adanya tuntutan fungsi yang kompleks maka diharapkan perencanaan dan perancangan shopping mall bahan bangunan akan menghasilkan arahan-arahan baru dalam pembagian tata ruang shopping mall, entrance, parkir serta sirkulasi luar baik barang maupun manusia. Sirkulasi dan transportasi vertical, Pembagian jaringan utilitas dan fasilitas penunjang yang lain. Sehingga diharapkan masing-masing fungsi yang ada bisa berjalan dengan lancar tanpa menghambat fungsi – fungsi yang berlainan.

2.1.8.2. Performance

Masa bangunan dengan menggunakan bentuk geometris yang fungsional serta menunjukkan ciri komersial performance bangunan. Sehingga diharapkan corak bangunan akan menarik dan image dari fasilitas komersial bangunan yang mudah ditangkap. Selain itu dengan bentuk bangunan yang seefisien mungkin akan menjadikan fungsi yang optimal didalamnya. Dengan pengolahan fasad yang baik tanpa mengurangi nilai komersial dari bangunan itu sendiri.

2.1.9. Metode Perancangan

2.1.9.1. Representasi bentuk arsitektural

Representasi bentuk arsitektural dari konsep penerapan prinsip-prinsip komersial pada pola tata ruang dan pola sirkulasi tidak membatasi tampilan fasad bangunan. Tuntutan bentuk terhadap optimalisasi fungsi sangat diperhitungkan agar setiap ruang bisa berdaya guna dan menghasilkan keuntungan. Bentuk geometris yang simpel, dengan desain yang tidak rumit menjadi satu pilihan desain untuk meminimalisir ruang-ruang yang terbuang.

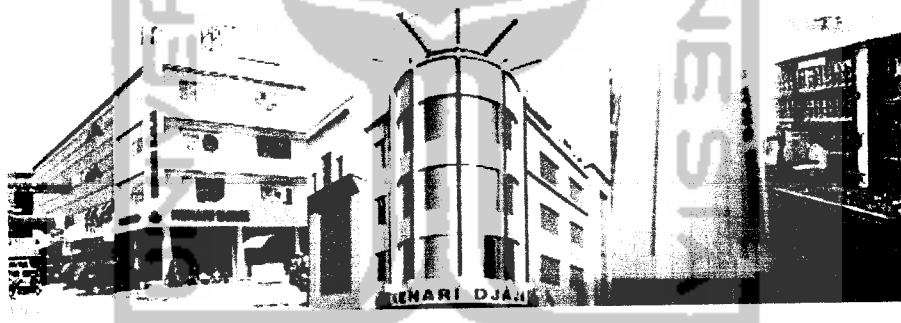
2.1.9.1. Analisa bentuk

Kesan bentuk bangunan yang komersial dalam bangunan dibawah ini :



adanya penampilan bentuk tegas & geometris serta mempertimbangkan efisiensi dalam pemanfaatan ruang

Referensi bangunan penjual material bangunan yang sudah ada :



Pusat perbelanjaan Kenari Djaja di Jakarta



Mitra 10 Super Store material bahan bangunan

2.2. TINJAUAN SHOPPING MALL

2.2.1. Pengertian Shopping Mall

Mall bisa diartikan sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki (*A pedestriannised shopping street*) yang dimaksudkan untuk membentuk kesan ruang lebih luas, berkualitas dan mewah dari pada arcade (satu gang beratap yang biasanya ditempati toko-toko).

Adapun pengertian lain dari Shopping Mall yang lain adalah suatu area pergerakan (linier) pada area pusat bisnis yang diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang interaksional.

Menurut kamus mall berarti sebuah plaza umum, jalan-jalan umum dan sekumpulan sistem jalan dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki (*A public plaza, walk, or system of walk set with tress and designed for pedestrian use*).

Jadi shopping mall dapat diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang ditujukan pada kegiatan jual beli pada manusia yang berada di dalam bangunan sehingga orientasi shopping mall ke dalam. Konsep shopping mall yaitu berbelanja dengan koridor tunggal sehingga semua retail mempunyai peluang sama untuk dikunjungi oleh konsumen.

2.2.2. Pengertian Shopping Mall

Adapun alasan mendasar dibangunnya shopping mall bahan bangunan :

- Meningkatkan bisnis retail / eceran material bahan bangunan.
- Memperkuat nilai property.
- Mendorong investasi perorangan dengan cara menciptakan kondisi lingkungan bisnis retail material bahan bangunan yang stabil.
- Menciptakan kesempatan baru bagi promosi bisnis retail.

2.2.3. Unsur-unsur dalam Shopping mall

Shopping Mall sebagai sebuah gambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen sebagai berikut :

1. *Anchor* (Magnet)

Merupakan transformasi dari “**Nodes**” berfungsi sebagai land mark perwujudan berupa plaza dalam shopping mall.

2. *Secondary Anchor* (Magnet sekunder)

Transformasi dari “**districts**” diwujudkan dengan toko-toko pengecer, retail store, super market, super store.

3. *Street Mall*

Transformasi dari “**Paths**” diwujudkan dengan pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.

4. *Landscaping*

Transformasi dari “**Edges**” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

2.2.4. Karakter dasar Shopping Mall

2.2.4.1. Standard Shopping Mall

Karakteristik dari shopping mall antara lain sebagai berikut :

- Pintu masuk tunggal
- Atrium di sepanjang koridor
- Koridor tunggal
- Lebar koridor 8-16 meter
- Lantai 3 lantai
- Parkir mengelilingi bangunan mall
- Magnet / anchor di setiap penakhiran koridor
- Jarak antar magnet 100-200 meter

2.2.4.2. Bentuk mall

1. *Open mall* (Mall terbuka) merupakan mall tanpa pelingkup. Keuntungan adanya kelonggaran ruang gerak, perencanaan teknis mudah dan biaya murah. Kerugiannya kenyamanan bagi pengunjung kurang diperhatikan khususnya pengaruh dari iklim bisa panas ataupun hujan.
2. *Enclosed Mall* (mal tertutup) merupakan mall dengan pelingkup. Keuntungan kenyamanan pen gunjung terjamin. Kerugiannya perencanaan teknis rumit sehingga biaya mahal dan adanya kesan sempit pada ruangan.
3. *Intregated Mall* (Mall terpadu) merupakan penggabungan dari mall terbuka dan mall terpadu.

2.2.4.3. Jenis kegiatan dalam shopping mall

a. Kegiatan Pelayanan

- o Distribusi barang
- o Penyimpanan dan penyajian barang
- o Kegiatan dan pergerakan pengguna bangunan

b. Kegiatan Pengelola

- o Kegiatan manajemen
- o Kegiatan operasional dan manajemen

2.2.4.4. Klasifikasi pusat perbelanjaan

a. Skala Pelayanan

1. *Neighborhood Center* (Pusat Perbelanjaan Lokal)

Jangkauan pelayanan antara 5.000-40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 30.000-100.000 sq. ft. (2.787-9.290 m²). Unit terbesar berupa *supermarket*.

KEBUTUHAN RUANG	STANDARD / ASUMSI (M ²)	KA PASI TAS	LUAS (M ²)	UNIT	SUB TOTAL (M ²)
➤ Toilet wanita	3.15	4	12.6	6	75.6
7. Mushola	0,83	20	16.6	1	16.6
8. Lobby/ entrance	asumsi	-	81	1	81
9. Tangga darurat	-	-	10.5	2	21
11. lift barang	-	-	8.4	2	16.8
Sirkulasi 20%X1625	-	-	-	-	325
Total	-	-	-	-	1950
Total keseluruhan	-	-	-	-	13809

2.1.5. Karakteristik Pengguna

1. Pengunjung/ konsumen publik.

Orang yang selalu berganti-ganti, datang dengan kepentingan yang sudah terencana, membeli, melihat, dan memilih barang. Adapun sistem dari pembelian bahan bangunan ada 3 macam diantaranya :

a. *Personal service*

Pembelian barang dilayani oleh pramuniaga di belakang counter, metode ini untuk barang mahal dan eksklusif.

b. *Self selection*

Pembelian barang dengan cara memilih barang yang akan dibeli kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan tanda pembelian yang sekaligus sebagai kuitansi untuk pembayaran.

c. *Self service*

2.1.6. Penempatan Retail Penjualan

1. Lantai 1

- a. Perlengkapan lantai dan dinding.
- b. Perlengkapan fasilitas KM dan WC.
- c. Aneka pintu dan jendela.

2. Lantai 2

- a. Aneka cat dan perlengkapannya.
- b. Aneka Gypsum dan perlengkapannya.
- c. Aneka kunci dan kelengkapannya.
- d. Aksesoris pintu dan jendela.

3. Lantai 3

- a. Furnitur
- b. Aneka kunci dan perkakas.
- c. Bahan armamatur kelistrikan.
- d. Jasa desain kearsitekturan.

2.1.7. Data klien

2.1.7.1. Prospektif Klien

Dengan membuat usaha penjualan bahan bangunan, khususnya bahan bangunan yang bersifat sekunder diharapkan mampu mencukupi kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan. Dengan penampilan yang berbeda dan penerapan sistem yang berbeda dari fasilitas-fasilitas penjualan bahan bangunan yang sudah ada. Maka diharapkan rancangan ini akan memperoleh nilai lebih dan akan dicari oleh konsumen.

Sistem mall akan memberi peluang bagi konsumen dalam kebebasan dalam memilih bahan bangunan yang dikehendaki. Begitu juga dengan penyewa retail mereka akan memperoleh peluang yang sama untuk dikunjungi konsumen..

2.1.7.2. Fungsional

Mall bahan bangunan sebagai tempat jual beli material bahan bangunan sekunder, mulai dari kebutuhan masyarakat pada umumnya hingga barang-barang pilihan design. Selain menjual bahan bangunan sekunder juga menyediakan ragam jasa kearsitekturan, adanya pemanfaatan fasad bangunan untuk pemasangan iklan-iklan komersial. Keanekaragaman fungsi menuntut pengolahan tata ruang dan massa serta asad bangunan yang secara komersial bisa dimanfaatkan. Dalam arti lain semua ruang dalam dalam mall bahan bangunan mempunyai nilai jual.

Selain itu fungsi shopping mall bahan bangunan yang akan dirancang juga akan merubah atau memperbaiki image bahwa fasilitas penjualan bahan bangunan identik dengan tempat yang kotor dan berdebu. Dengan adanya perubahan tersebut maka Shopping mall bahan bangunan yang akan dirancang mempunyai nilai lebih dibanding dengan pusat-pusat penjualan bahan bangunan yang sudah ada.

2.1.7.3. Performance

Bangunan sedapat mungkin bisa memwadahi aktivitas didalamnya secara praktis, efektif, efisien dan terencana serta dapat menampilkan sosok komersial pada bangunan. Dalam tuntutan kebutuhan fungsi tersebut maka penekanan konsep yang cocok adalah penerapan prinsip-prinsip komersial pada pengaturan pola tata ruang dan pola sirkulasi dengan adanya konsep tersebut diharapkan bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Karena terkait dengan prinsip-prinsip komersial yaitu setiap jengkal ruang adalah banyaknya biaya yang dikeluarkan. Hal ini juga akan diwujudkan dalam penampilan luar bangunan yang akan menunjukkan citra komersial bangunan shopping mall bahan bangunan.

2.2.3. Unsur-unsur dalam Shopping mall

Shopping Mall sebagai sebuah gambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen sebagai berikut :

1. *Anchor* (Magnet)

Merupakan transformasi dari “**Nodes**” berfungsi sebagai land mark perwujudan berupa plaza dalam shopping mall.

2. *Secondary Anchor* (Magnet sekunder)

Transformasi dari “**districts**” diwujudkan dengan toko-toko pengecer, retail store, super market, super store.

3. *Street Mall*

Transformasi dari “**Paths**” diwujudkan dengan pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.

4. *Landscaping*

Transformasi dari “**Edges**” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

2.2.4. Karakter dasar Shopping Mall

2.2.4.1. Standard Shopping Mall

Karakteristik dari shopping mall antara lain sebagai berikut :

- Pintu masuk tunggal
- Atrium di sepanjang koridor
- Koridor tunggal
- Lebar koridor 8-16 meter
- Lantai 3 lantai
- Parkir mengelilingi bangunan mall
- Magnet / anchor di setiap penakhiran koridor
- Jarak antar magnet 100-200 meter

2. *Community Center* (Pusat Perbelanjaan Distrik)

Jangkauan pelayanan antara 40.000-150.000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 100.000-300.000sq. ft. (9.290-27.870 m²). Unit terbesar berupa *junior departement store, supermaket dan toko-toko*.

3. *Main Center* (Pusat Perbelanjaan Regional)

Jangkauan pelayanan antara 150.000-400.000 penduduk (skala lingkungan) Luas area berkisar antara 300.000-1000.000 sq. ft. (27.870-92.990 m²). Unit terbesar berupa *junior departement store, departement store*, dan berjenis-jenis toko.

b. Bentuk Fisik

Ada 7 bentuk pusat perbelanjaan :

1. *Shopping Street* merupakan deretan pertokoan disepanjang sisi jalan.
2. *Shopping Center* berupa komplek pertokoan yang terdiri dari stan-stan (toko) yang disewakan / dijual.
3. *Shopping Precint* berupa komplek pertokoan dengan stan menghadap keruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
4. *Departement Store* berupa toko yang sangat besar , terdiri atas beberapa lantai, menjual berbagai macam barang dengan layout khusus sehingga akses mudah dan sirkulasi jelas. Luas lantai berkisar 10.000-20.000m²
5. *Supermaket* merupakan toko yang menjual barang sehari-hari dengan pelayanan self ser vice. Luas lantai berkisar 1.000-2.500 m².
6. *Departement Store dan Supermaket* merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan 2 jenis pusat perbelanjaan.

7. *Super Store* merupakan toko 1 lantai yang menjual macam-macam barang dengan sistem self service, luasnya berkisar 5.000-7.000m².

C. Kuantitas Barang yang Dijual

1. *Toko Grosir* merupakan toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh saja.
2. *Toko Eceran (Retail)* merupakan toko yang menjual barang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Sistem retail lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

d. Jenis Barang

1. *Convenience Store* merupakan toko yang menjual barang kebutuhan, dimana barang tersebut dibutuhkan secara berkala karena adanya keinginan untuk membeli.
2. *Demand Store* adalah toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari.
3. *Impulse Store* toko yang menyediakan barang sebagai penambah kenikmatan hidup. Pengelompokan barang yang berkesan lux atau mewah.

2.2.4.5. Materi yang diperdagangkan

a. Jenis Materi yang Diperdagangkan

- Barang primer / kebutuhan pokok
- Barang sekunder
- Barang khusus / mewah

b. Cara Penyajian Barang

- *Table Fixture* : Pada meja menerus
- *Counter Fixture* : Almari rendah
- *Cases Fixture* : Almari transparant
- *Box Fixture* : Kotak yang terbuka
- *Back Fixture* : Rak-rak almari terbuka
- *Hanging Loses* : Almari penggantung
- *Etalase* : Jendela peraga (sebagai alat proporsi)

c. Sifat materi yang diperdagangkan

Merupakan sifat fisik dari materi yang diperdagangkan :

- Bersih baik barang dan tempatnya
- Tidak berbau
- Kering (paling tidak wadahnya)
- Tahan lama (paling tidak wadahnya)

2.3. KAJIAN KONSEP-KONSEP PRINSIP KOMERSIAL BANGUNAN

Kajian tentang konsep-konsep prinsip komersial bangunan bertujuan untuk memberikan arahan serta acuan terhadap rancangan shopping mall bahan bangunan yang mengacu pada nilai komersial bangunan. Sehingga hasil akhir desain selaras serta serasi dengan penekanan yang dibuat.

2.3.1. Pengertian komersial

Arti dari komersial adalah : a. Bersangkutan dengan niaga atau perdagangan. b. Dimaksudkan untuk diperdagangkan. *Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa prinsip komersial bangunan adalah aturan-aturan yang dapat dipergunakan dalam mengkomersialkan suatu bangunan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen sebagai tolok ukur berhasil tidaknya bangunan komersial tersebut.*

2.3.2. Tinjauan Penampilan Bangunan

Penampilan bangunan merupakan salah satu pemicu keadaan konsumen yang akan melakukan kegiatan komersial dan berorientasi pada keuntungan materi. Fasilitas komersial harus mampu menggugah keinginan konsumen untuk datang dengan cara menyesuaikan penampilan bangunan dengan image konsumen.

2.3.3. Citra Visual Bangunan

Penampilan visual bangunan komersial penting artinya untuk memberi persepsi pada orang yang melihatnya untuk mengetahui keberadaan shopping mall sesuai dengan citra komersial tersebut dengan image orang yang melihatnya. Penampilan bangunan pada bangunan komersial juga difungsikan sebagai ajang promosi guna menarik pengunjung. Adapun citra bangunan komersial sebagai berikut :

1. **clarity** (kejelasan)

Menunjukkan gambaran mengenai fasilitas dari bangunan komersial sesuai dengan penampilan visual yang diciptakan. Wujud nyata dari arahan bangunan yang jelas, pintu masuk jelas, view tidak terhalang akan mempermudah pencapaian dan merupakan daya tarik terhadap pengunjung.

2. **Boldness** (menonjol)

Menunjukkan sifat menonjol dari pusat perbelanjaan terhadap lingkungan sekitar dengan tujuan fasilitas tersebut dapat menarik perhatian pembeli atau pengunjung. Serta diharapkan orang akan dapat dengan mudah mengingat fasilitas perdagangan yang ada. Kekontrasan dapat dicapai dengan bentuk, letak, bahan dan warna.

3. **Intimacy** (akrab)

Yaitu sifat penampilan visual yang menunjukkan keakraban bangunan dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dapat dicapai dengan skala dan proporsi yang seimbang, warna-warna yang cerah serta bentuk yang menerima.

4. Flexibility (fleksibilitas)

Merupakan suatu citra yang memungkinkan alih guna, alih citra dimasa yang akan datang. Tampilan visual dan peruangan diharapkan fleksibel sehingga mudah untuk mengadakan perubahan dan pengembangan serta menghindari kebosanan.

5. Complexity (kompleksitas)

Penampilan bangunan yang diwujudkan dengan desain dan detail yang apik sehingga menghasilkan tampilan visual yang mengesankan.

6. Efficiency (efisiensi)

Optimalisasi penggunaan ruang dengan prinsip bahwa setiap jengkal ruang merupakan setiap biaya yang dikeluarkan.

7. Investinese (kebaruan)

Yaitu suatu sifat penampilan bangunan pusat perbelanjaan yang memberikan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

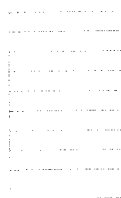
2.3.4. Tinjauan Elemen Bangunan

1. Pembentuk fasad

Keterpaduan elemen-elemen bangunan harus serasi, selaras dan seimbang. Guna mendapatkan susunan yang baik antara tiga elemen bangunan yaitu atap, dinding dan dasar bangunan.

2. Proporsi vertikal dan horisontal

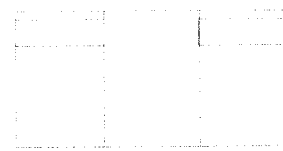
Merupakan perbandingan dimensi vertikal dan horisontal bangunan yang nampak secara visual pada fasad bangunan.



DOMINAN
VERTIKAL



DOMINAN
HORISONTAL



SEIMBANG

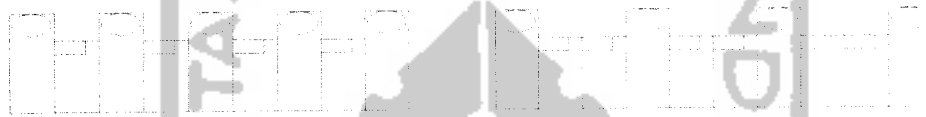
3. Simetri

Merupakan distribusi bentuk-bentuk ruang yang sama dan seimbang terhadap suatu garis bersama (sumbu) atau titik pusat. Pada dasarnya ada dua macam simetri yaitu :

1. Simetri bilateral yang mengacu pada suatu susunan yang seimbang dari unsur-unsur yang sama terhadap garis yang sama.
2. Simetri radial terdiri atas unsur-unsur yang sama dan seimbang terhadap dua sumbu atau lebih yang saling berpotongan pada suatu titik pusat.

4. Pengulangan

Pengulangan pola-pola yang sama untuk mengorganisir seri bentuk atau ruang yang sama.



a.b.a.b.a.b.a.b.a

a.b.b.a.b.b.a.b.b.a

5. Elemen dan Ornamentasi

Penerapan ornamen/ elemen yang berbeda pada setiap bidang fasad bangunan mempunyai ciri khas tersendiri sehingga penampilan bangunan mempunyai nilai lebih dari bangunan di sekitarnya.

6. Style

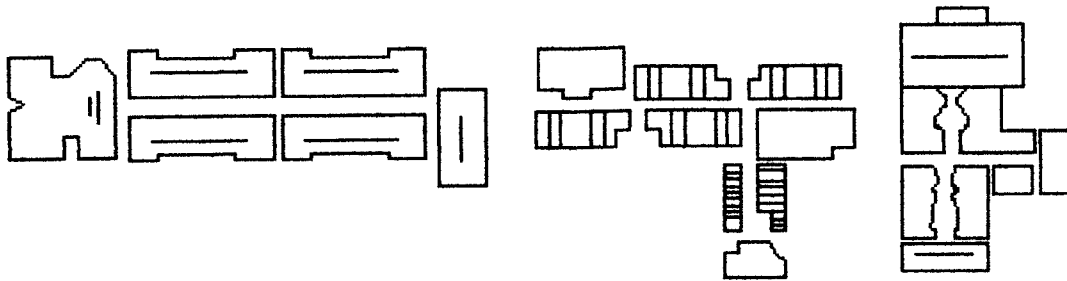
Bentuk bangunan yang muncul sebagai gambaran dari perkembangan pemikiran berdasarkan budaya, faktor alam dan perkembangan teknologi.

2.3.5. Tinjauan Nilai Komersial Bangunan Pusat Perbelanjaan

2.3.5.1. Pola lay out mall

Pola mall berpengaruh terhadap keberhasilan dari sebuah pusat perbelanjaan yang memakai konsep mall. Adapun bentuk mall yang sukses dengan menggunakan bentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T dan L. Hal ini sesuai dengan kecenderungan pengunjung yang ingin dengan mudah menemukan toko yang ditujunya.

Hal tersebut juga sesuai dengan konsep dasar mall yang menggunakan koridor tunggal sehingga menjadikan peluang yang sama bagi semua outlet untuk dikunjungi oleh konsumen.



Mall bentuk I

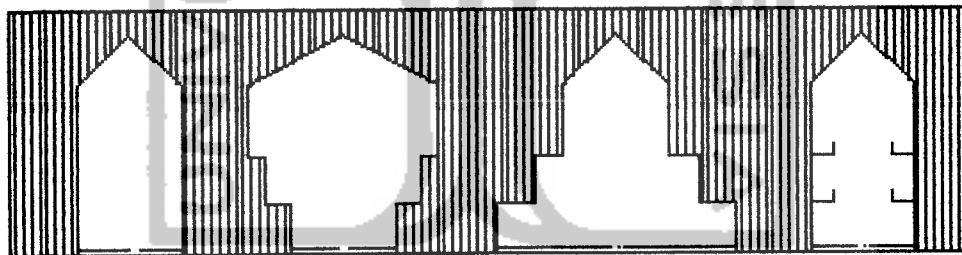
mall bentuk L

mall bentuk T

2.3.5.2. Dimensi Mall

Berdasarkan penyelidikan di AS panjang minimal mall 180m dan maksimal 240m. Faktor lain yang berpengaruh pada dimensi antara lain: bentuk, warna dan pola permukaan bidang-bidang pembentuk, lubang-lubang pembukaan serta sifat skala dan unsur yang diletakkan didalamnya.

Adapun variasi bentuk mall antara lain :



tipikal

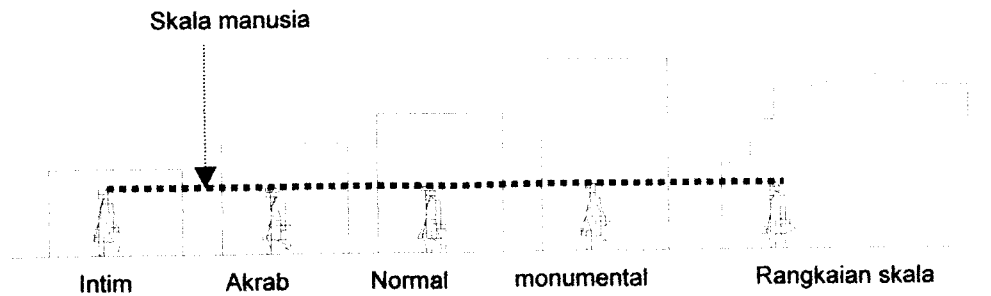
melebar keatas

menyempit keatas

dengan koridor

2.3.5.3. Proporsi Mall

Proporsi mempengaruhi kesan akrab pada mall secara psikologis.



Dengan pemakaian skala manusia pada ruang dapat menimbulkan rasa akrab.

2.3.5.4. Tata Letak Tenant / Area Jual Beli

Dengan penerapan satu koridor diharapkan semua toko akan terlewati oleh pengunjung sehingga semua lokasi mempunyai nilai komersial yang sama. Penataan toko dan anchor tenants yang baik akan mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata di sepanjang mall. Perletakan anchor tenants berada di ujung koridor. Untuk mendapatkan suasana yang vreatif dan tidak membosankan maka penyewa diberi kesempatan dalam mendisplay tokonya sesuai dengan cita rasa dan citra produknya asal kesatuan suasana mall tetap terjaga.

2.3.5.5. Pencahayaan

1. Pencahayaan Alami

Untuk mengatasi adanya konsep ruang yang menerus pada mall, biasanya diselesaikan dengan skylight. Dengan penggunaan skylight akan meminimum penggunaan energi listrik pada siang hari.

2. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan menggunakan energi listrik biasanya digunakan sebagai : penerangan umum, daya tarik bagi pengunjung, memamerkan barang, membentuk suasana yang diinginkan, serta kebutuhan iklan dan promosi.

2.3.5.6. Fasilitas dan Elemen-elemen pada Mall

1. bangku

Sebagai tempat duduk dan istirahat dari kegiatan belanja yang melelahkan. Bangku disediakan bagi pengunjung dan dibuat tidak terlalu nyaman agar orang tidak berhenti atau duduk terlalu lama.

2. Kios / Retail

Kios disepanjang jalur mall berfungsi sebagai penarik bagi pengunjung dan memberi variasi pada suasana mall.

3. Arena pameran

Sebagai ajang promosi produk baru, wadah informasi dan daya tarik pengunjung.

4. kelengkapan suatu bangunan antara lain kotak sampah, kotak telepon, papan petunjuk arah, jam dan sebagainya.

2.3.6. Pengertian Sirkulasi

Agar semua ruang dalam shopping mall dapat berhubungan satu sama lain maka diperlukan alur sirkulasi sebagai pengikat ruang baik didalam maupun diluar bangunan. Menurut Harvey M. Rubenstein *sirkulasi adalah lautan yang paling vital untuk menghubungkan beberapa tapak yang ada.* Adapun syarat-syarat sirkulasi yang baik adalah: **Langsung** dapat dicapai dengan jarak yang seminimal mungkin dan mengurangi adanya pembelokan atau pembentukan kantong-kantong sirkulasi. **Aman** menghindarkan terjadinya cross sirkulasi. **Cukup terang** dan mempunyai urutan-urutan yang jelas.

Sirkulasi di dalam Mall mempunyai peran yang sangat vital untuk mengendalikan dan mengarahkan arus pergerakan manusia. Sirkulasi yang efektif dan efisien akan memberikan kemudahan pelayanan bagi pengunjung.

2.3.6.1. Kecepatan Berjalan

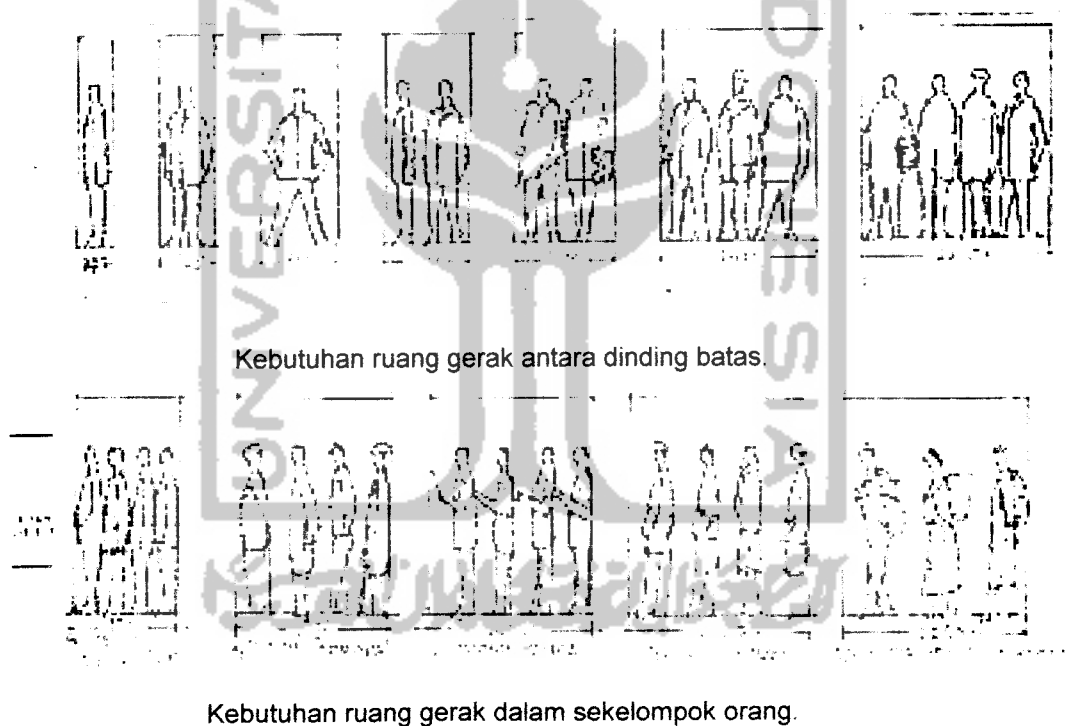
Kecepatan pergerakan manusia dipengaruhi oleh maksud pejalan kaki, usia, jenis kelamin, berjalan sendiri atau kelompok, suhu udara, barang bawaan, kepadatan arus orang berjalan kaki serta kesesakan arus orang secara keseluruhan. Dengan kata lain semakin banyak orang berjalan pada area sirkulasi maka kecepatan berjalan semakin rendah.

2.3.6.2. Standar Ruang Sirkulasi

Dimensi ruang sirkulasi pada retail tidak sama dengan selasar mall. Hal ini dipengaruhi oleh volume pengguna dan pola pergerakan yang berbeda.

2.3.6.3. Ukuran dan Kebutuhan Ruang Gerak

Adapun standard ruang gerak pada buku "Data Arsitek" Neufert :

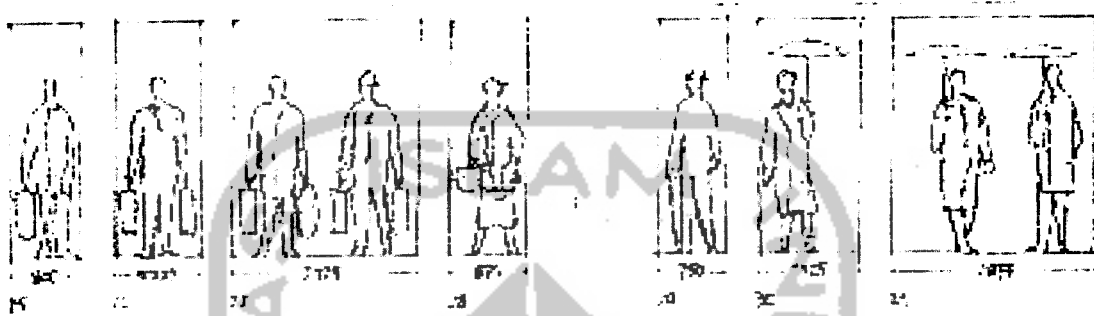


2.3.6.4. Dimensi Ruang dan Sirkulasi

Ruang sirkulasi menurut standar 1.4/orang dan batas kondisi orang berjalan bebas kira-kira 3.3/orang. Adapun standard ruang yang ada :



Kebutuhan ruang gerak manusia sambil melangkah.



Kebutuhan ruang gerak untuk jinjingan.

2.3.6.5. Sirkulasi Bangunan Mall

Sirkulasi bangunan shopping mall sebagai bangunan komersial yang memiliki banyak ruangan didasari oleh jam-jam sibuk dan kepadatan yang berbeda dari waktu ke waktu. Ruang retail dihubungkan dengan selasar atau koridor sebagai unsur pengikat ruang-ruang retail yang ada. Bentuk sirkulasi tergantung pada: batasan jalur sirkulasi, bentuk sirkulasi yang berkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkan. Kualitas proporsi, skala, pencahayaan serta pemandangan yang dipertegas. Bukaan yang ada serta peranya terhadap perubahan ketinggian lantai. Kualitas skala dan proporsi jalur sirkilasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang sitampingnya. Kialitas dari jalur sirkulasi tergantung pada jumlah ruang yang dihubungkan serta volume pemakaian dari ruang-ruang tersebut.

2.3. 7. Pengertian Ruang Dalam

Ruang dalam digunakan sebagai wadah aktifitas dalam bangunan. Adapun prinsip-prinsip dari ruang dalam antara lain :

1. Proporsi berkaitan dengan perbandingan ukuran.
2. Komposisi merupakan aturan, susunan antara komponen ruang, susunan antara pelengkap hiasan dan susunan antara komponen ruang.
3. Balance atau keseimbangan bidang vertikal dan horisontal pada ruang.
4. Irama berkaitan dengan kemonotonan ruang.
5. Harmoni atau keselarasan dalam ruang yang mengungkapkan rentuk, warna dan tekstur.
6. Kontras untuk menghilangkan sifat monoton pada ruang.

2.4. ANALISA PENDEKATAN KONSEP PERANCANGAN

2.4.1. Konsep Bentuk

2.4.1.1 Gagasan Bentuk Dasar

Karakter kegiatan pusat perbelanjaan digambarkan dengan : suasana ramai, konsentrasi menyebar, pergerakan dinamis dan pergerakan cepat.

- o Ramai digambarkan dengan penggabungan garis berulang / repetisi bentuk.



- o Pergerakan cepat digambarkan dengan garis lurus.

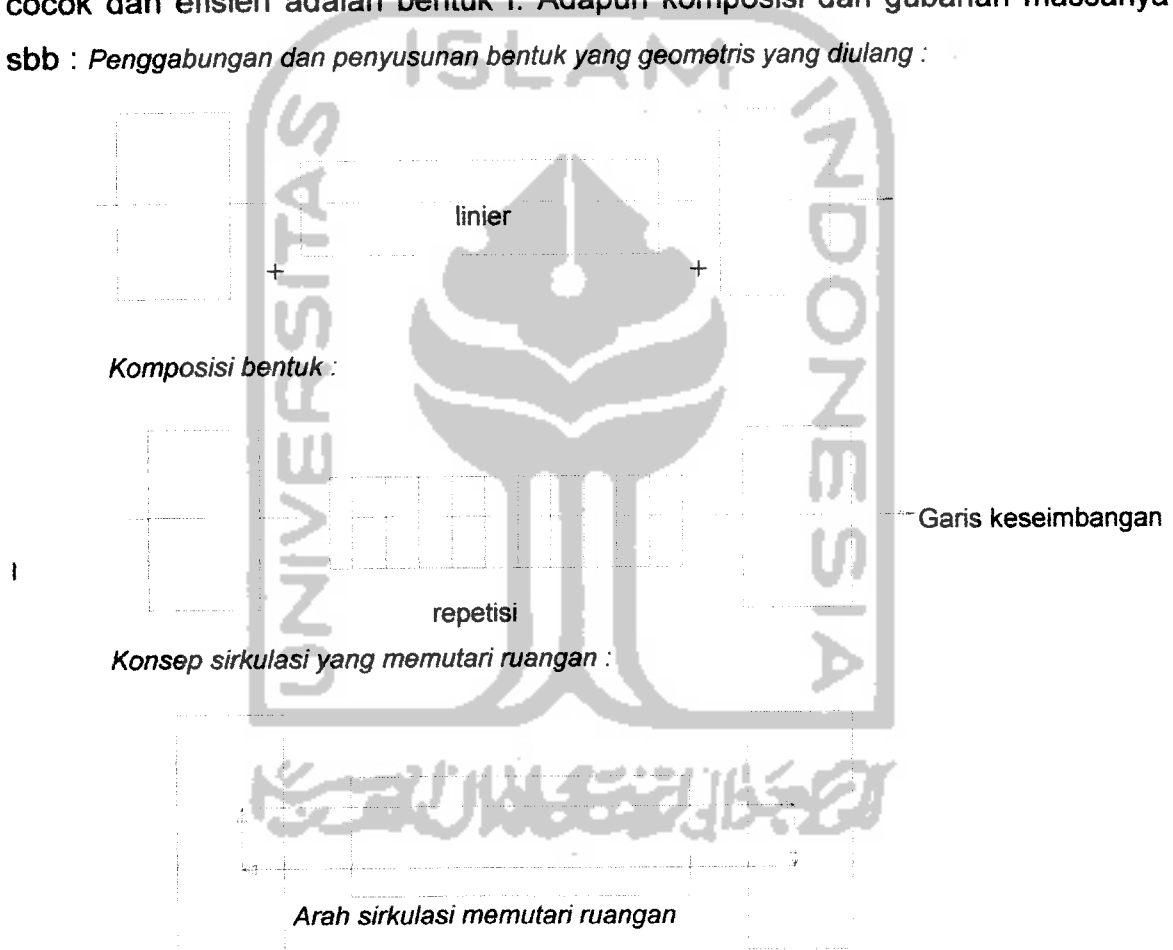


2.4.1.2 Gagasan Pengembangan Bentuk

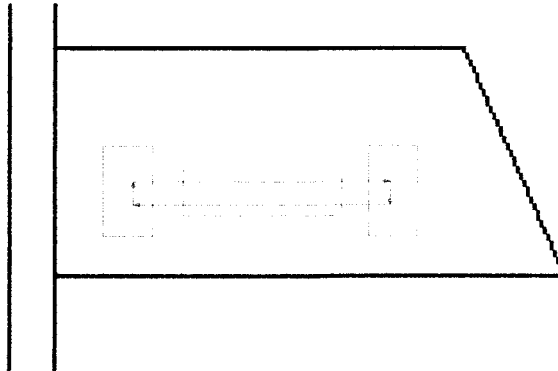
Tintutan bangunan komersial khususnya bangunan shopping mall tenant dan pengunjung sama-sama memperoleh keuntungan yang sama. Tenant menghendaki toko laku dan pengunjung mudah dakam mencari toko yang dikehekdaki.

Bentuk yang fungsional, adanya permainan **garis tegas** dan **teratur** seperti **bentuk geometris** yang menjadi aksen rancangan, **simple** atau tidak rumit.

Salah satu bentuk Mall yang berhasil adalah I, Karena bentuk site memanjang maka untuk mengantisipasi kondisi tersebut bentuk bangunan yang cocok dan efisien adalah bentuk I. Adapun komposisi dari gubahan massanya sbb : *Penggabungan dan penyusunan bentuk yang geometris yang diulang :*

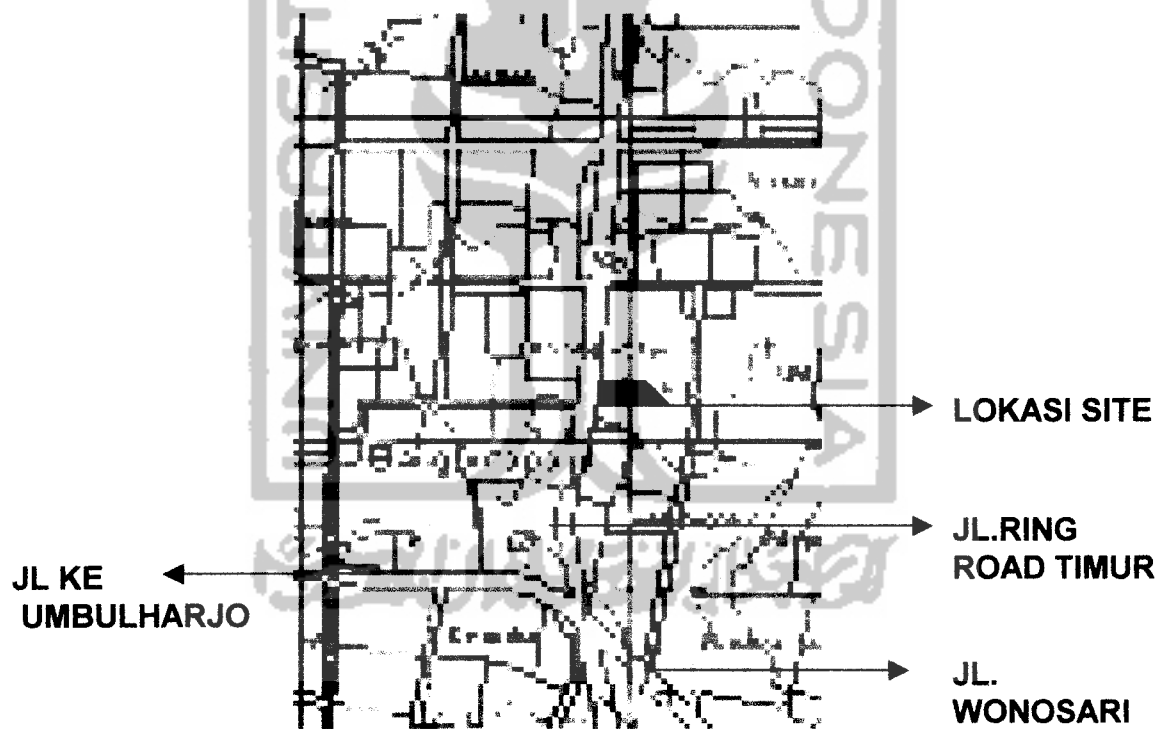


Ploting komposisi bentuk terhadap site :

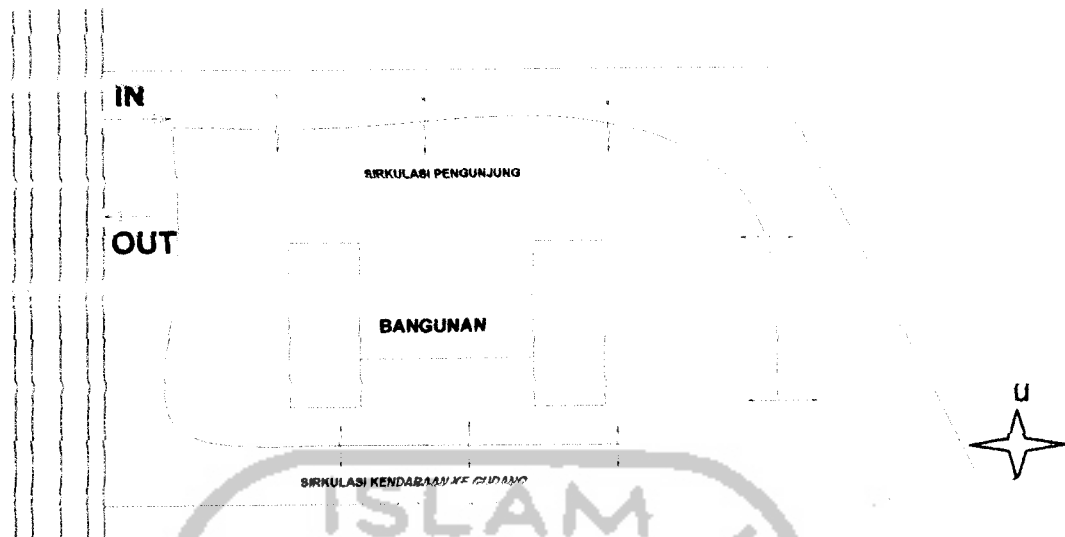


2.5. TANGGAPAN TERHADAP SITE

2.5.1. Peta lokasi



2.5.2. Sirkulasi Pencapaian



Adanya perbedaan sirkulasi masuk dan sirkulasi keluar untuk menghindari terjadinya cross sirkulasi. Juga adanya perbedaan antara sirkulasi pengunjung dan sirkulasi angkutan pengangkut barang menuju gudang.

Luas total ruang = 13809 m²

Luas total lahan = 17000 m²

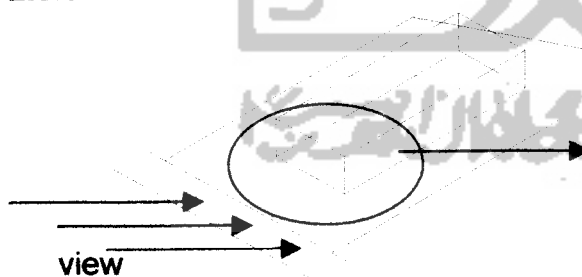
Building coverage max 60% = 10200 m²

Open space minimal = 6800 m²

Rooi jalan = 16 m dari as jl. Ring road timur

FAR = 4 lantai

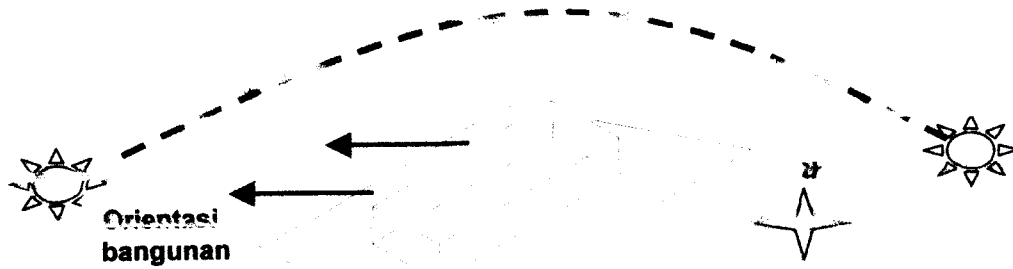
2.5.3. View to site



View to site merupakan konfigurasi massa sehingga bisa menimbulkan ketertarikan secara visual dan menimbulkan kesan tak terlupakan bagi orang yang melihat gedung shopping mall bahan bangunan.

Baik konfigurasi massa maupun bentuk serta penampilan entrance perlu suatu aturan yang spesifik dan punya nilai estetika yang tinggi sehingga menimbulkan kesan visual tak terlupakan. Baik bagi pengunjung maupun orang yang melihat bangunan.

2.5.4. Peredaran Matahari

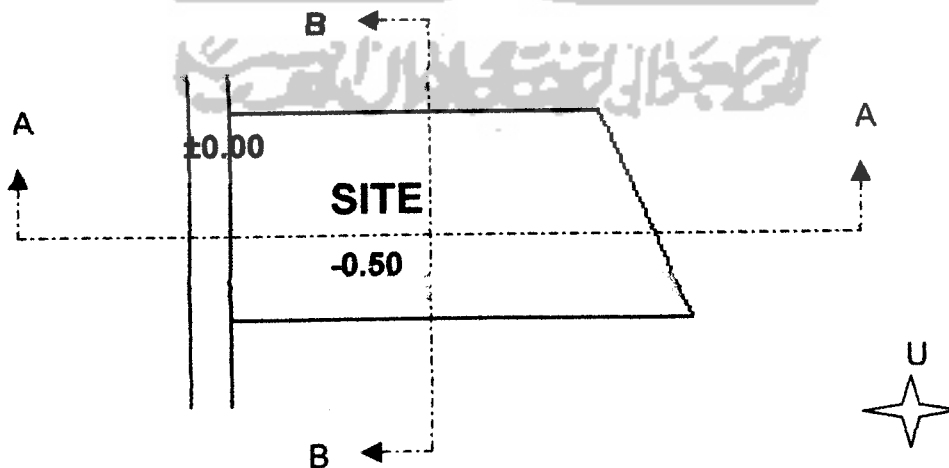


Orientasi utama dari bangunan kearah utara. Untuk mengantisipasi adanya sinar matahari langsung maka pada adanya shading dan sirip pelindung bangunan dari sitau.



Penggunaan sirip untuk menghindari sinar matahari langsung sehingga ruangan terhindar dari glare. Disisi lain sirip juga digunakan untuk kepentingan estetika bangunan.

2.5.5. Keadaan Contur



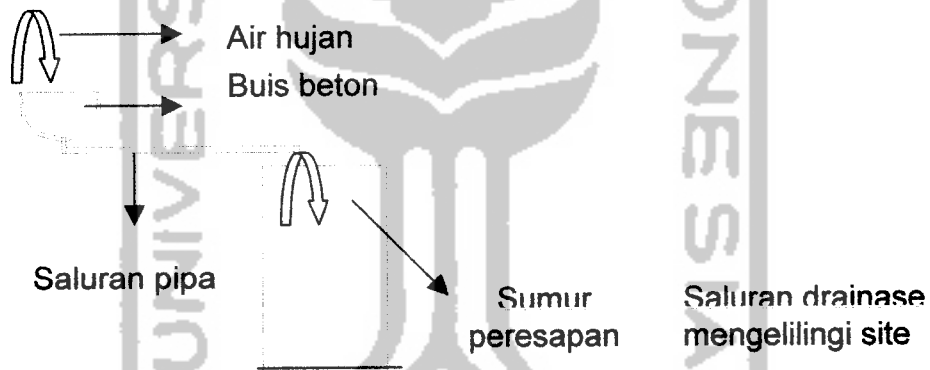


POTONGAN A-A

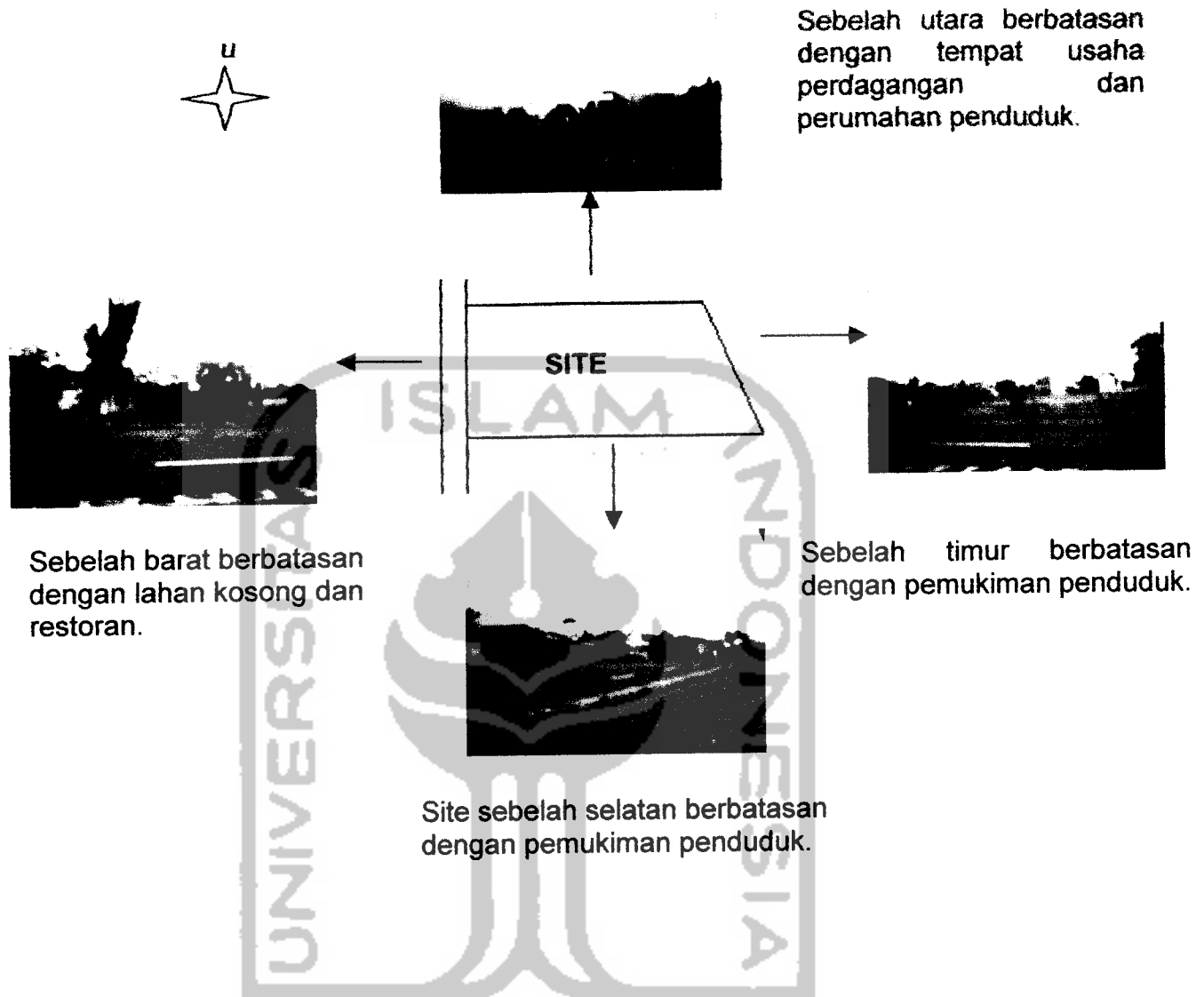


POTONGAN B-B

Tidak memerlukan cut and fill karena ketinggian tanah tidak mencolok. Tetap memerlukan saluran drainase mengelilingi site, untuk sarana pembuangan air hujan. Yang akan dialirkan menuju sumur peresapan.



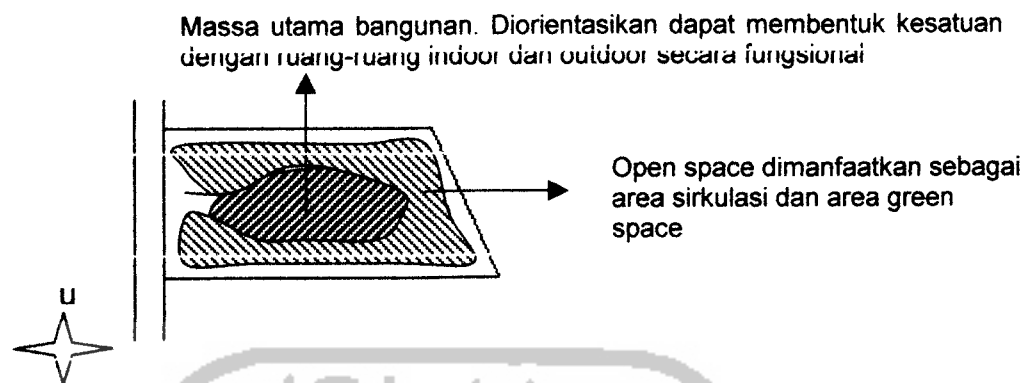
2.5.6. Existing Site



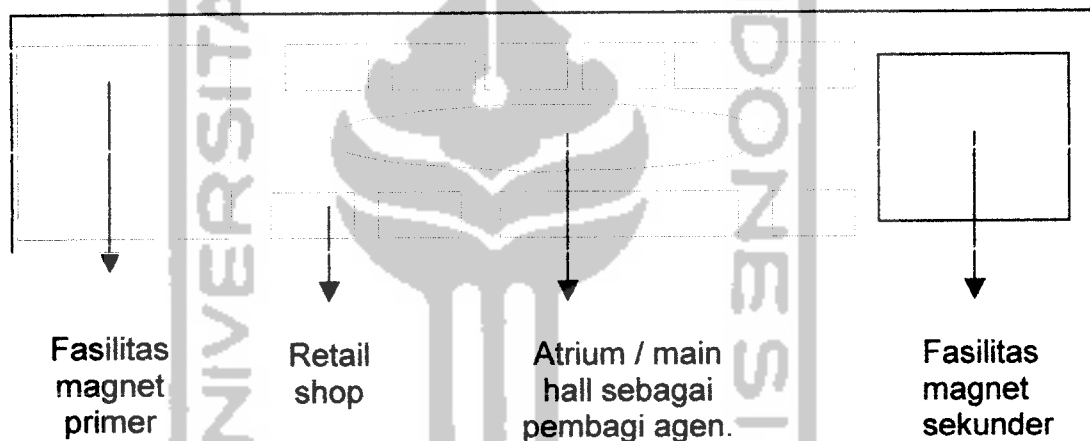
Bangunan Shopping Mall Bahan Bangunan harus mampu menunjukkan citra visual modern yang kontekstual kontras terhadap lingkungan yang ada.

2.5.7. Zonasi Ruang Terhadap Site

• Zoning ruang makro



• Zoning Ruang mikro



Tatanan massa disesuaikan dengan bentuk dan ukuran site. Site mempunyai 1 entrance utama Dan 2 entrance tambahan di sisi samping bangunan yang fungsinya sebagai penunjang untuk memasuki area bangunan dalam bangunan. Dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Tatanan massa harus memperhatikan letak anchor, dengan ketentuan jarak antara anchor berkisar 100-200m.
- Komposisi massa cenderung linier, disesuaikan dengan pergerakan pengunjung yang sifatnya mengalir dari satu toko ketoko lain.

2.5.8. Analisa Sistem Parkir

Sistem parkir dibedakan dalam 1 sistem 1out door parking (parkir di luar bangunan). Klasifikasi pengunjung yang datang :

- Pengelola & karyawan, jenis kendaraan yang dipakai antara lain sepeda motor, mobil pribadi, mobil perusahaan.
- Pengunjung, jenis kendaraan yang dipakai antara lain sepeda motor, mobil (pick up, truk).

Untuk setiap area parkir dikelompokkan berdasarkan jenis kendaraan yang datang yaitu kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat.

2.5.9. Parkir Analisa Pusat Perbelanjaan

Dua faktor penting yang harus diperhatikan dalam shopping mall adalah *service* (sekup pelayanan) dan *pengunjung* (memperhatikan segmen pasar). Dan tak ketinggalan juga harus memperhatikan kenyamanan bagi pengunjung dalam masalah rute atau jalur sirkulasi yang jelas dan mudah, area service yang jelas, serta penataan retail yang baik. Acuan ini digunakan secara menyeluruh baik horizontal maupun vertical sehingga semua outlet mempunyai peluang yang sama untuk dikunjungi.

2.5.9. Sifat Kegiatan Pusat Perbelanjaan

Sifat kegiatan jual beli dalam Shopping Mall :

- **Dinamis** yaitu adanya pergerakan orang dengan aneka tujuan.
- **Terbatas** Kegiatan untuk semua orang tapi tidak semua orang mampu melakukan.

Sifat kegiatan promosi :

- **Daya tarik** menuju pada segi visual dan pemilihan barang.
- **Daya saing** Menuju pada segi harga, mutu barang dan cara pelayanan.

2.5.10. Karakter Fisik Bangunan

- **Dinamis** mewadahi pergerakan pengunjung yang berubah-ubah dengan tujuan yang berbeda-beda sehingga kejenuhan dapat dihindarkan.
- **Rekreatif** baik interior maupun eksterior menimbulkan kesan yang menyenangkan dan tidak menjemukan sehingga menarik pengunjung untuk datang.
- **Promotif** adanya daya tarik yang kuat baik dari bentuk, fungsi dan punya daya saing tinggi terhadap lingkungan sehingga dapat menarik konsumen dalam jumlah besar.

2.5.10. Persyaratan Ruang

Dasar ini digunakan untuk menciptakan kenyamanan bagi penghuni baik pengelola maupun penghuni.

- Untuk kenyamanan fisik harus mencukupi peraturan yang baik dengan frekuensi dan komposisi yang cukup dalam hal : lighting, Penghawaan dan dekorasi.
- Untuk kenyamanan perasaan bagi pengunjung bangunan, adapun hal-hal yang harus diperhatikan penataan interior, dimensi ruang dan olahan permukaan ruang.

2.5.11. Analisa Bentuk Sebagai Pembentuk Citra

Kejelasan (clarity), keakraban (intimacy), kemencolokan (boldness), kompleksitas (complexity), dan kebaruan (inventiveness), fleksibel, dan efisien menjadi hal pokok yang harus dipertimbangkan dalam perancangan bangunan komersial.

a. Bentuk Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Dalam komposisi bangunan komersial hal yang diperhitungkan adalah jelas, akrab, mencolok, kompleks dan kebaruan. Dalam wujud bangunan jelas, akrab dan mencolok di wujudkan pada entrance yang ringan dan dinamis. Kompleksitas diwujudkan dalam sirkulasi dan tata ruang yang dinamis dan simple. Kebaruan diwujudkan dalam struktur, konstruksi dan bahan material dengan bentukan yang geometris, tegas dan teratur.

Adapun unsure-unsur yang dapat diwujudkan dalam bangunan :

- Irama atau pengulangan bentuk
- Komposisi bentuk yang inovatif
- Bentuk yang mencolok dari lingkungan sekitar
- Proporsi dan komposisi fasad bangunan.

b. Struktur Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Perkembangan zaman dibarengi dengan perkembangan struktur yang ada, sehingga struktur yang mungkin digunakan untuk menciptakan citra komersial antara lain : struktur rangka, struktur kabel, struktur dinding pemikul ataupun struktur cangkang.

c. Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra komersial

Olahan permukaan dalam penerapannya pada citra Komersial adalah dengan bentuk yang jelas, mencolok dan baru. Antisipasinya dengan penggunaan bahan bangunan yang perfect dan terus berkembang.

d. Simbol Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Simbol bagi bangunan komersial lebih ditujukan pada pelayanan dan buka pada bentuk bangunan. Bangunan bentang lebar dan bertingkat tinggi sudah merupakan symbol tersendiri bagi shopping mall.

2.5.11. Analisa Bangunan

a. Analisa Ketinggian Bangunan

Ketinggian bangunan yang akrab dengan lingkungan kurang lebih sekitar 15 m dengan ketinggian masing-masing ruang berkisar 3,5 m – 5 m. Adapun factor lain yang menentukan ketinggian bangunan adalah jaringan utilitas yang ada diatas plafond.

b. Analisa Tata Ruang Dalam Bangunan

Jenis ruang dalam yang ada pada shopping mall antara lain :

- o Areal pertokoan

Semua outlet pertokoan menghadap ke koridor dengan dimensi ruang sesuai dengan kebutuhan atau standard.

- o Anchor

Biasanya berisi pusat-pusat pameran dan area makan. Dalam jarak 100 m diharuskan ada anchor untuk menghindari kejenuhan.

- o Pedestrian way

Untuk menghindari kejenuhan diperlukan lighting yang menarik serta detail-detail yang ada pada finishing koridor.

c. Analisa Tata Ruang Luar

Berhubungan dengan pengelolaan sirkulasi entrance memasuki site, serta pembagian ruang luar untuk kepentingan parkir, jalan dan taman.

d. Analisa Luas Unit Toko

Luas unit toko dipengaruhi oleh tiga kebutuhan yang ada dalam toko yaitu ruang pramuniaga, ruang sirkulasi dan ruang layout barang dagangan. Luas outlet tergantung pada banyaknya barang dagangan yang akan diwadahi sehingga akan lebih baik apabila luas unit toko harus fleksibel dengan penggunaan partisi sebagai pembatas outlet.

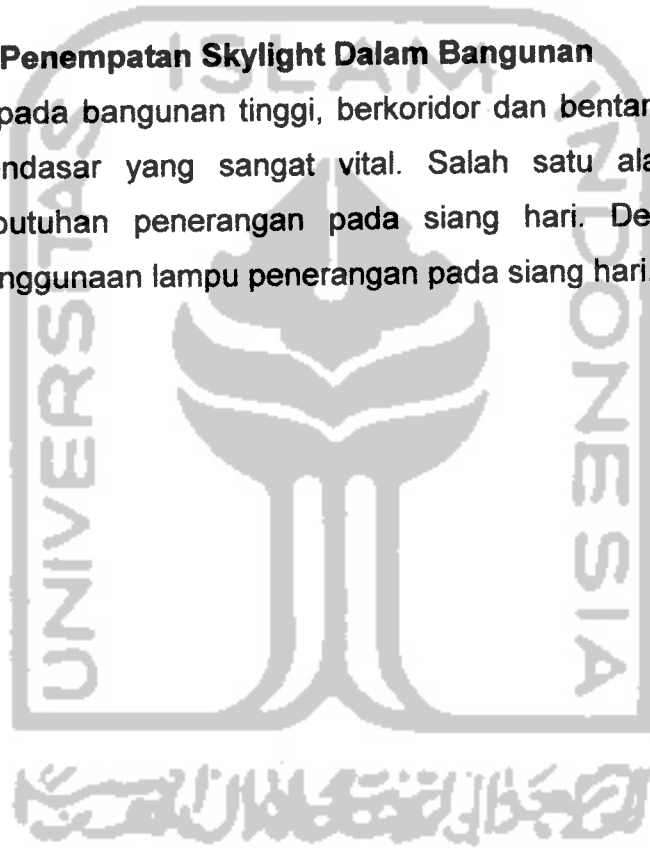


e. Analisa Sirkulasi Ruang Dalam

Dua jenis sirkulasi dalam ruang dalam yaitu sirkulasi manusia dan barang. Untuk menghindari crossing antara barang dan manusia maka perlu dibedakan alur sirkulasinya. Sirkulasi barang didekatkan dengan jalur sirkulasi barang dan dekat dengan gudang. Adapun jenis sirkulasi ruang dalam berupa sirkulasi vertical dan sirkulasi horizontal. Sirkulasi horizontal diwujudkan dengan koridor ataupun elevator dan sirkulasi vertical menggunakan tangga, ramp, lift ataupun escalator. Ketentuan untuk masing-masing jenis sirkulasi vertical harus terletak dalam tempat yang strategis, mudah dicapai, mudah dilihat.

f. Analisa Penempatan Skylight Dalam Bangunan

Skylight pada bangunan tinggi, berkoridor dan bentang lebar merupakan kebutuhan mendasar yang sangat vital. Salah satu alasan adalah untuk memenuhi kebutuhan penerangan pada siang hari. Dengan skylight bisa menghemat penggunaan lampu penerangan pada siang hari.



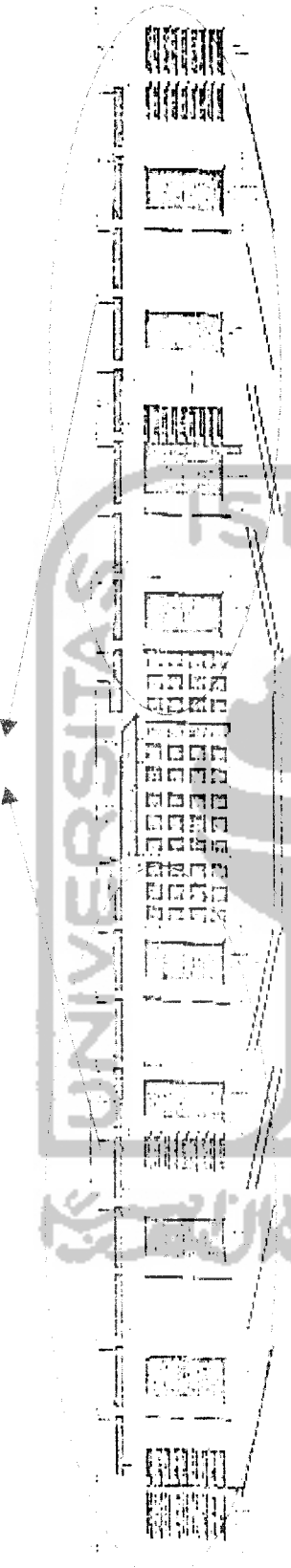
2.6. CITRA KOMERSIAL SEBAGAI DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

2.6.1. Bentuk, Pola Tata Ruang dan Sirkulasi Sebagai Pembentuk Citra Komersial Bangunan.

a. Clarity (Kejelasan)

Tampilan visual bangunan yang menunjukkan gambaran mengenai fungsi fasilitas, wujud nyata arah bangunan jelas, Pintu masuk jelas, View tidak terhalang dan mempermudah pencapaian, Adanya kejelasan tentang kelompok fungsi serta alur sirkulasi yang jelas.

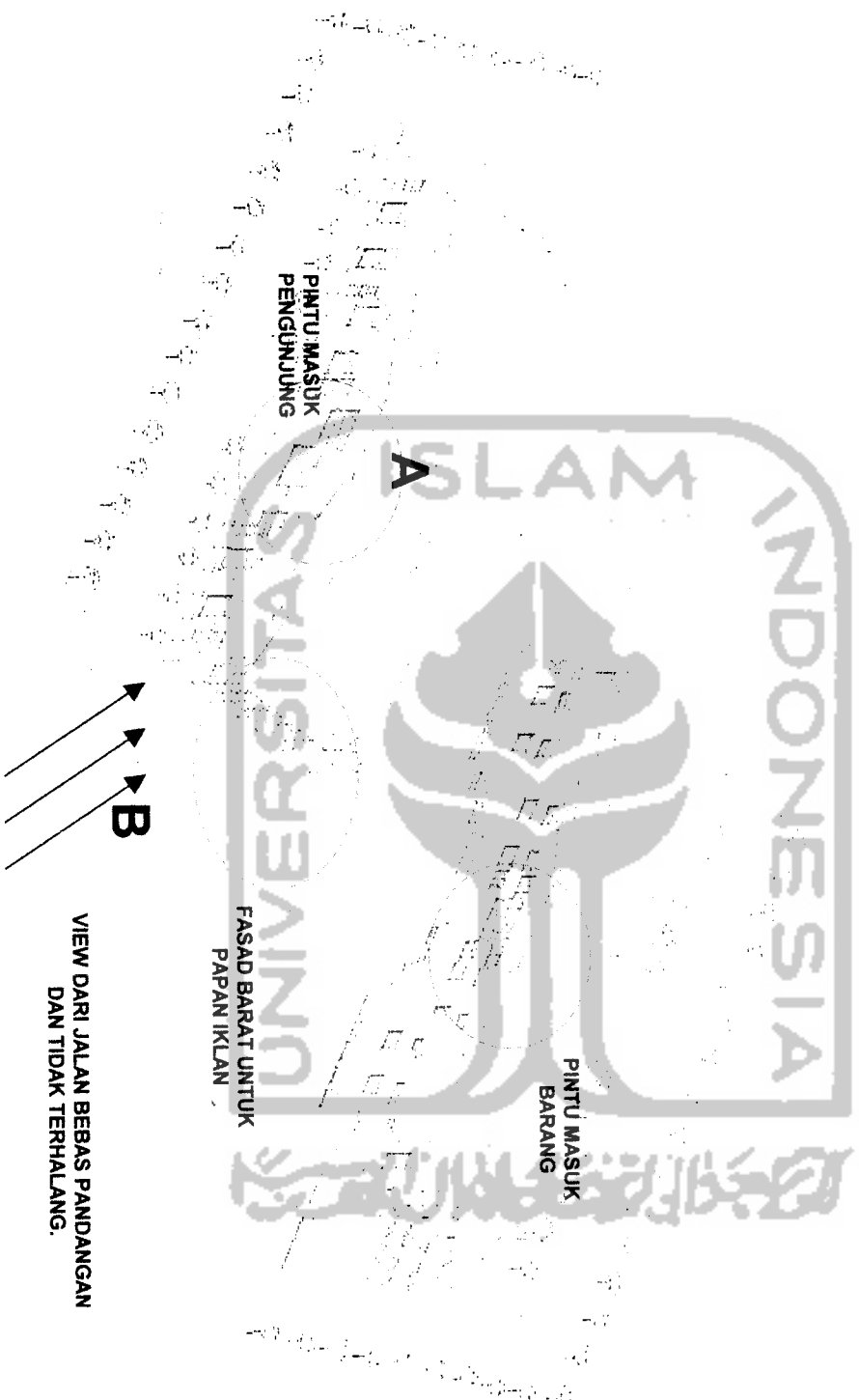
Fungsi sebagai tampilan visual



Susunan bidang berselang seling dengan irama yang sama.

Shopping Mall sebagai pusat perbelanjaan terdiri dari gabungan toko-toko yang menjual aneka barang dagangan yang beragam. Hal ini diwujudkan dalam fasad bangunan yang dibuat berpola atau dengan komposisi pengulangan sebagai ciri visual yang ditampilkan.

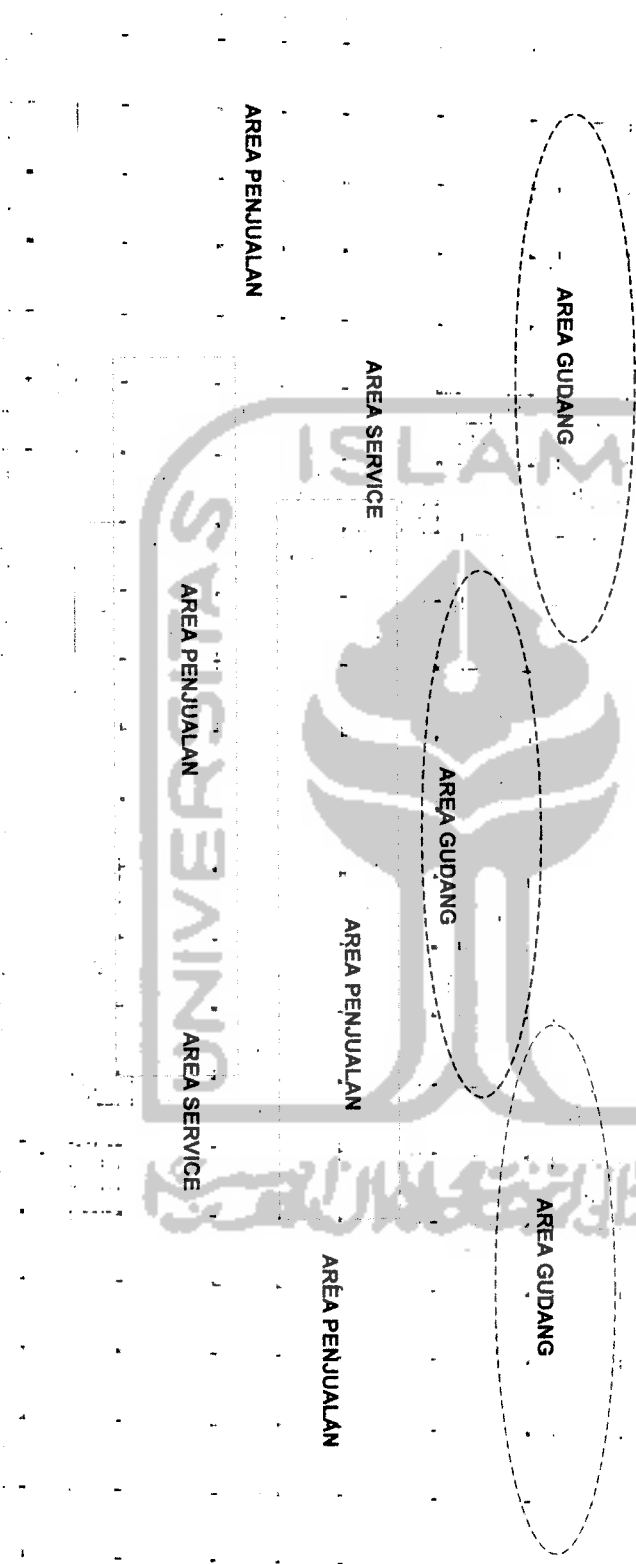
Arah bangunan yang jelas, pintu masuk yang jelas, dan view yang tidak terhalang.



A. Pintu masuk yang jelas berada di pusat atau tengah fasad baik untuk fasad depan maupun fasad belakang. Sehingga diharapkan ada kesamaan akses baik dari kedua sisi bangunan.

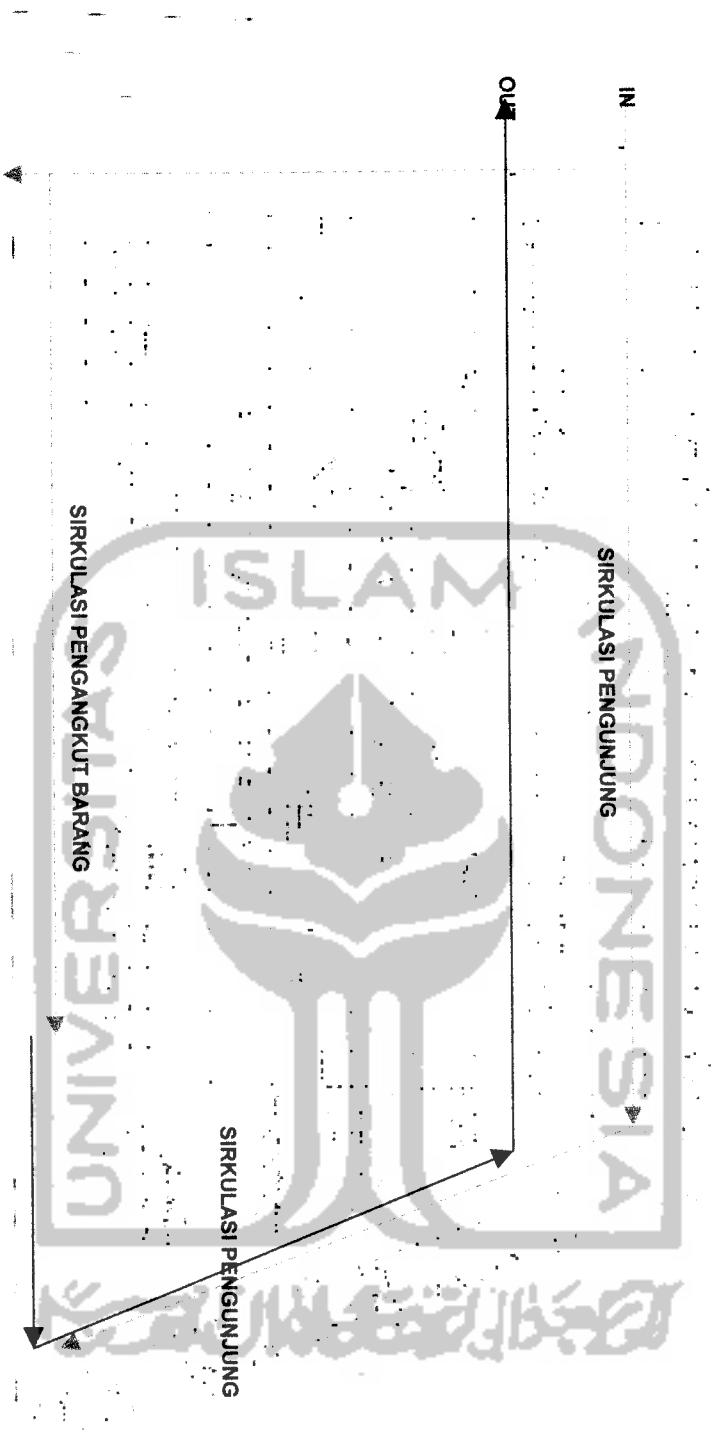
B. Sirkulasi jalan utam (ring road) dari utara keselatan maka orientasi bangunan diarahkan kesisi utara untuk memperoleh kemudahan bagi akses bangunan. Fasad bangunan yang mengarah kejalan dioptimalkan untuk pemasangan papan iklan agar bisa terbaca oleh orang yang lalu lalang di jl ring road timur.

Tata ruang yang jelas

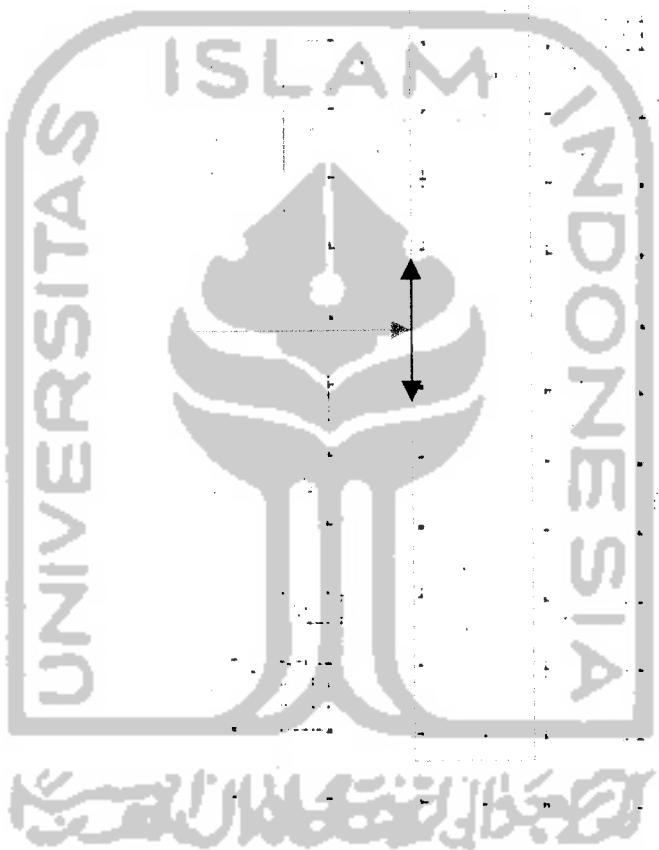


Adanya tata ruang yang jelas pembagiannya menurut kelompok fungsi masing-masing kelompok ruang.

Kejelasan Dari Alur sirkulasi menuju bangunan



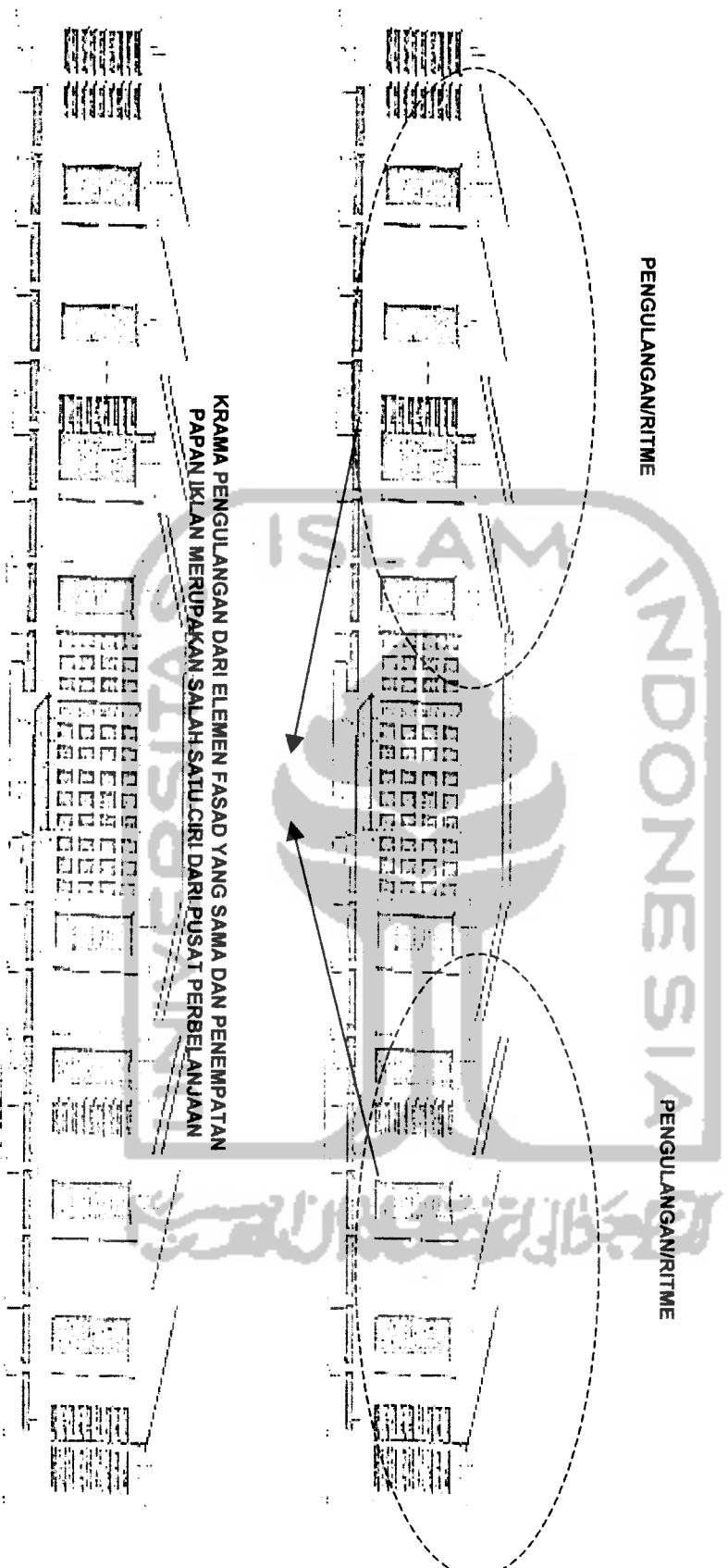
Kejelasan Dari Alur sirkulasi dalam bangunan



PENGUNJUKAN ARAH SIRKULASI YANG LENIER MENGUKUTI SUSUNAN RUANG. KARENA ARAH SIRKULASI YANG LURUS MAKA PANDANGAN PENGUNJUNG AKAN LURUS DAN TIDAK TERHALANG. SEHINGGA PENGUNJUNG TIDAK TERJEBAK DALAM KANTONG-KANTONG SIRKULASI.

b. Boldness (Kemenonjolan)

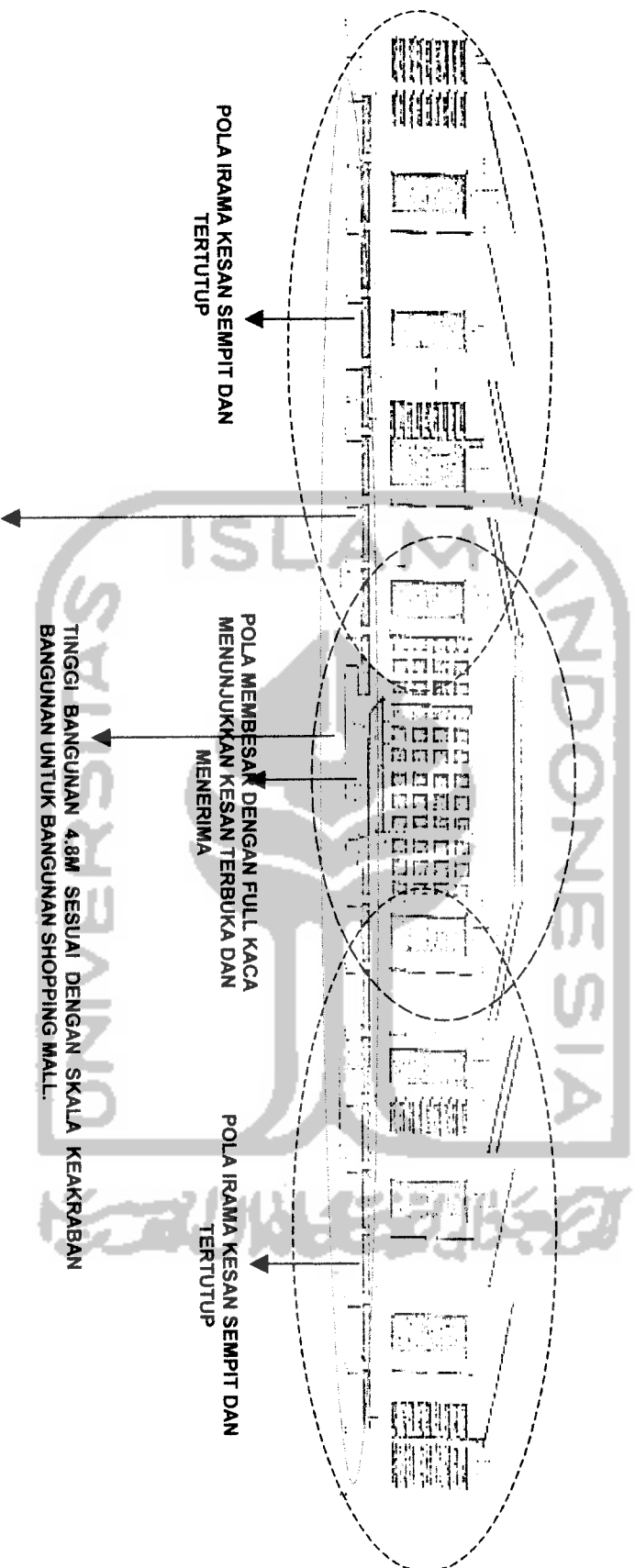
Mampunyai penampilan visual bangunan yang spesifik tersendiri dan mudah diingat. Sehingga Keberadaan bangunan dapat dirasakan. Spesifikasi bangunan pusat perbelanjaan bermeda dengan penampilan bangunan dengan fungsi lain. Adanya pengulangan ritme-ritme nyata dari fasad bangunan dengan pola pola serta bentuk yang hampir sama.



c. Intimacy (Keakraban)

Bentuk yang Menerima

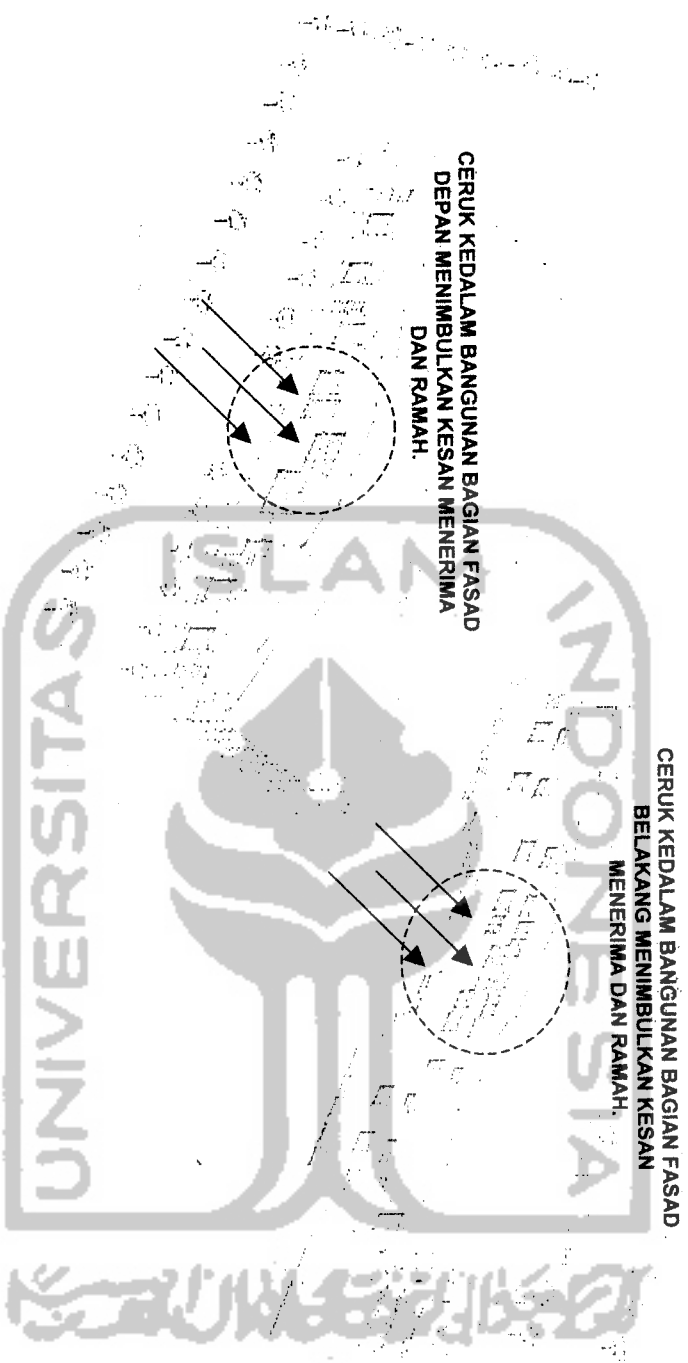
Tampak dari tampilan visual entrance dengan pola berbeda dari sampingnya.



SELASAR DISEKITAR BANGUNAN YANG MEMBERIKAN FASILITAS UNTUK BERJALAN DI SEPANJANG SISI LUAR BANGUNAN MENAMBAH KESAN RAMAH, MELINDUNGI SERTA MEMBERIKAN KESAN UCAPAN DATANG.

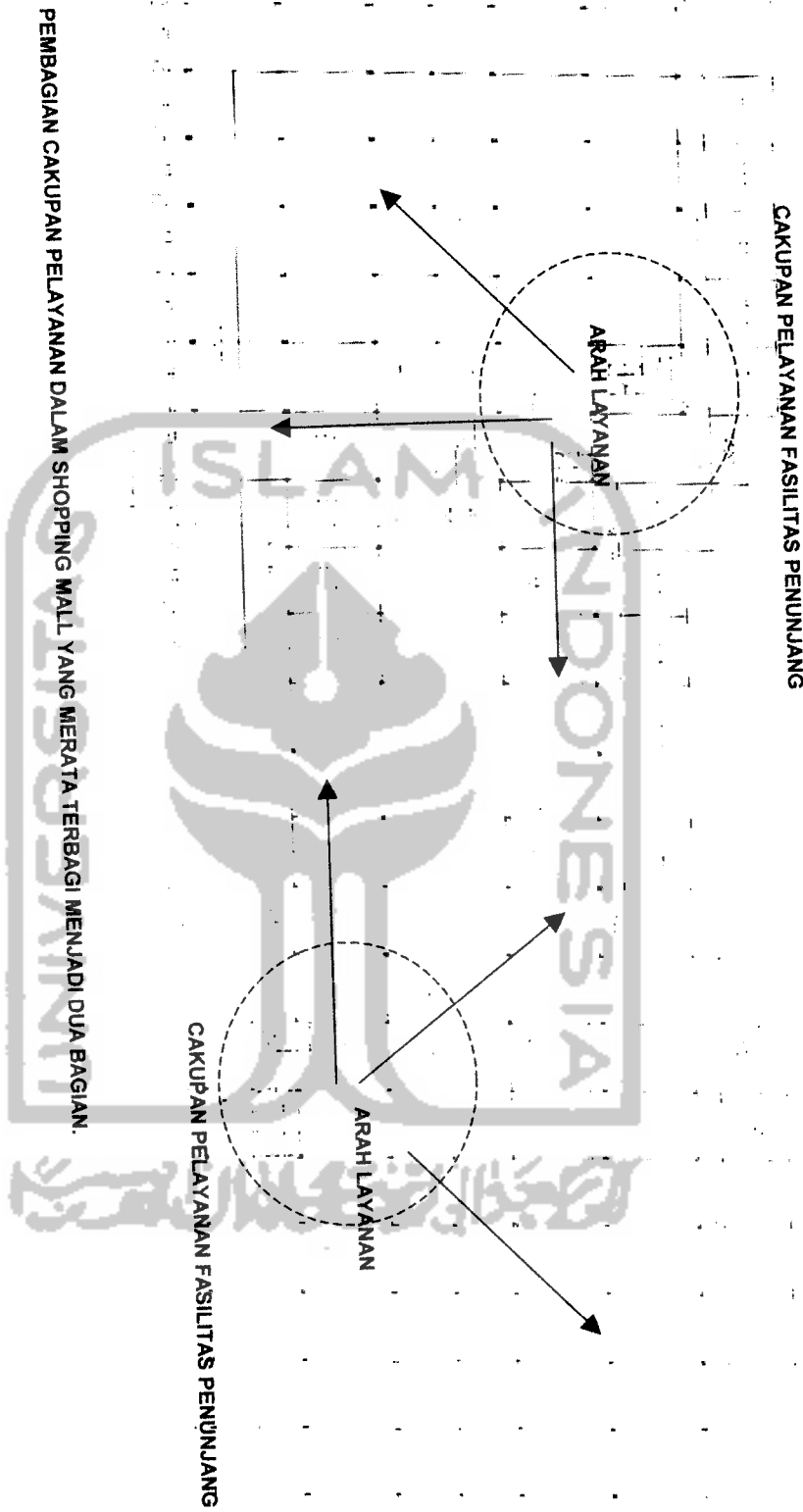
Bentuk entrance Bangunan yang Menerima

Adanya ceruk kedalam bangunan utama yang memberikan kesan mempersilahkan masuk.



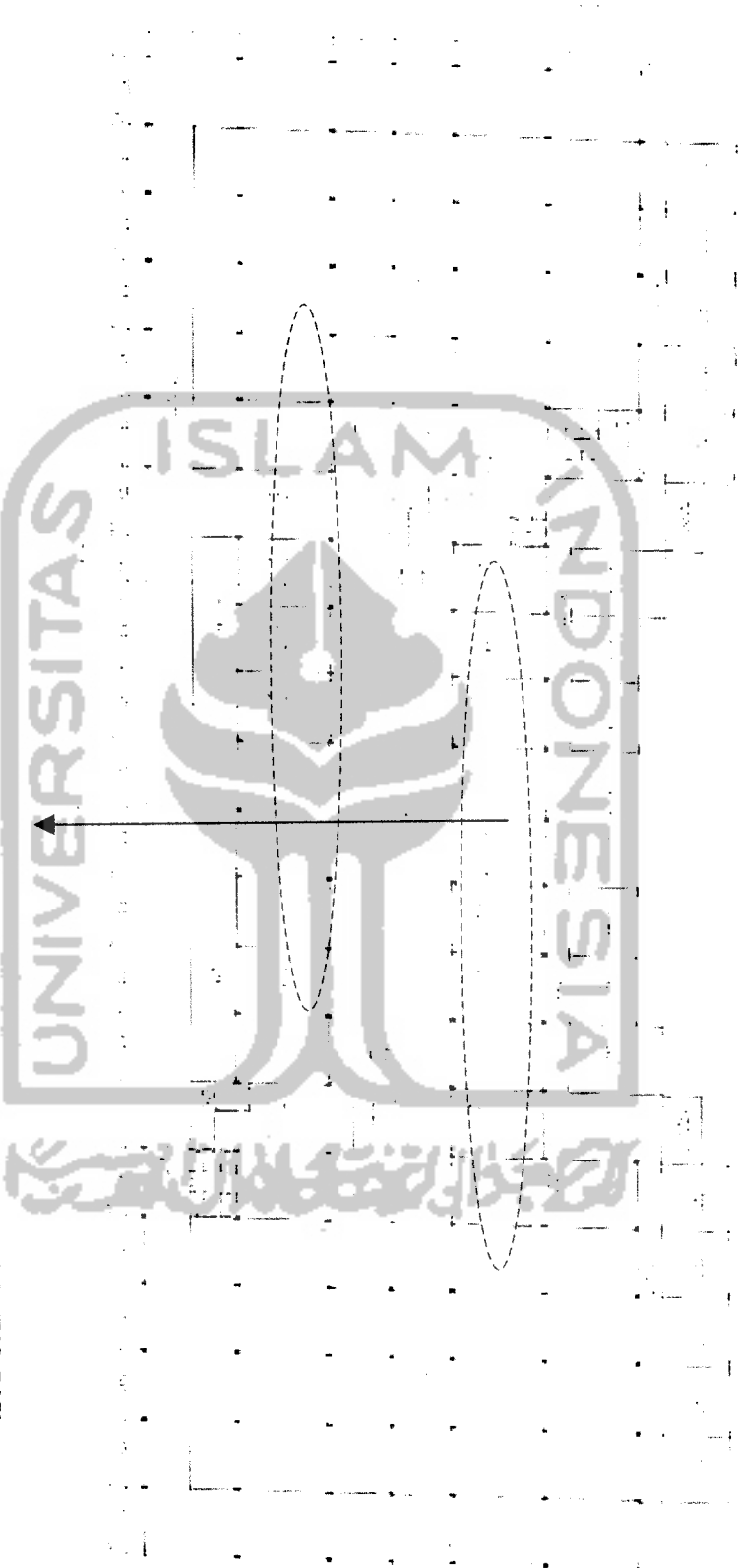
SIFAT KERAMAHAN JUGA DITUNJUKKAN DENGAN BENTUK DAN TINGGI BANGUNAN
YANG LEBIH HORIZONTAL DIBANDINGKAN DENGAN TINGGI VERTIKAL

Kedekatan fasilitas belanja dengan fasilitas penunjang



dFlexibility (fleksibilitas)

Adanya ceruk kedalam bangunan utama yang memberikan kesan mempersilahkan masuk.

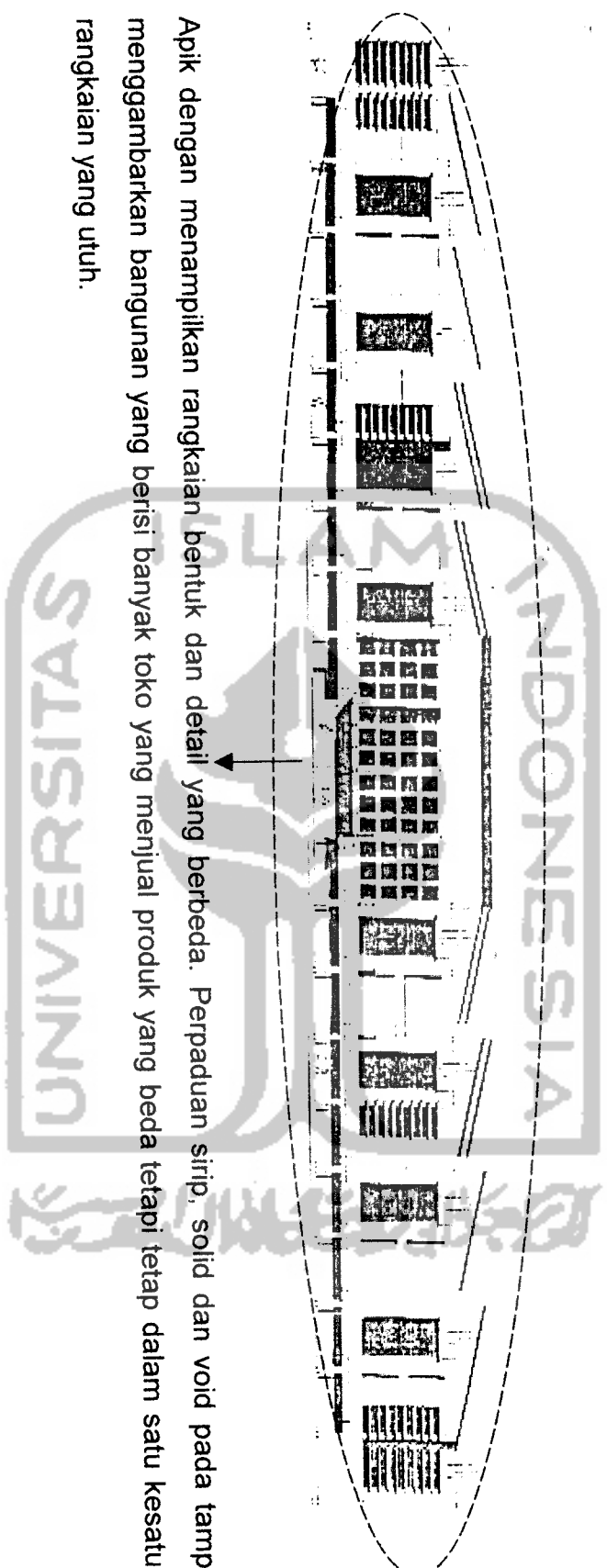


DINDING-DINDING PENYEKAT RUANG DALAM BANGUNAN MENGGUNAKAN PARTISI. MEMUNGKINKAN FLEKSIBILITAS DARI DINDING UNTUK DIBONGKAR PASANG SEHINGGA BESARAN RUANG DAPAT DIRUBAH SESUAI DENGAN KEBUTUHAN LUAS RUANG YANG DIINGINKAN.

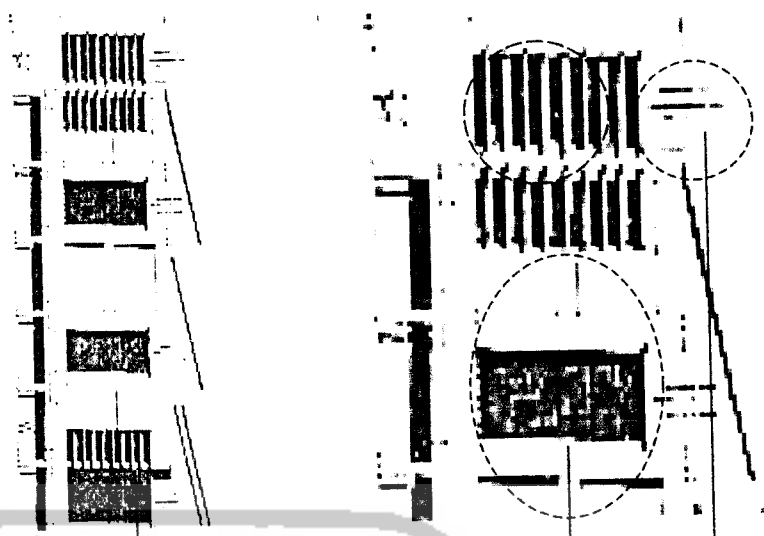
RUANG DALAM DENGAN PENYEKAT PARTISI MEMUNGKINKAN ALIH FUNGSI DIMASA YANG AKAN DATANG DENGAN TAMPILAN FASAD YANG SAMA MAUPUN DIRUBAH.

e. Complexity (kompleksitas)

Adanya penampilan visual bangunan dengan desain yang spesifik. Dalam bangunan komersial, yang penting dalam fasadnya adalah tuntutan untuk bisa mawadahi papan iklan. Untuk menghindari kebosanan serta kemonotonan dapat diantisipasi dengan kombinasi tampilan visual yang kompleks.



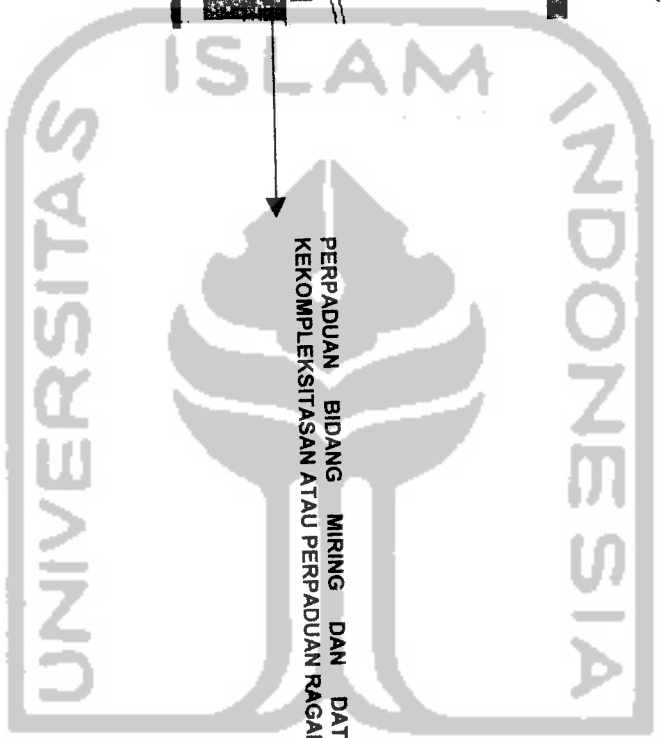
Apik dengan menampilkan rangkaian bentuk dan detail yang berbeda. Perpaduan sirip, solid dan void pada tampak menggambarkan bangunan yang berisi banyak toko yang menjual produk yang beda tetapi tetap dalam satu kesatuan rangkaian yang utuh.



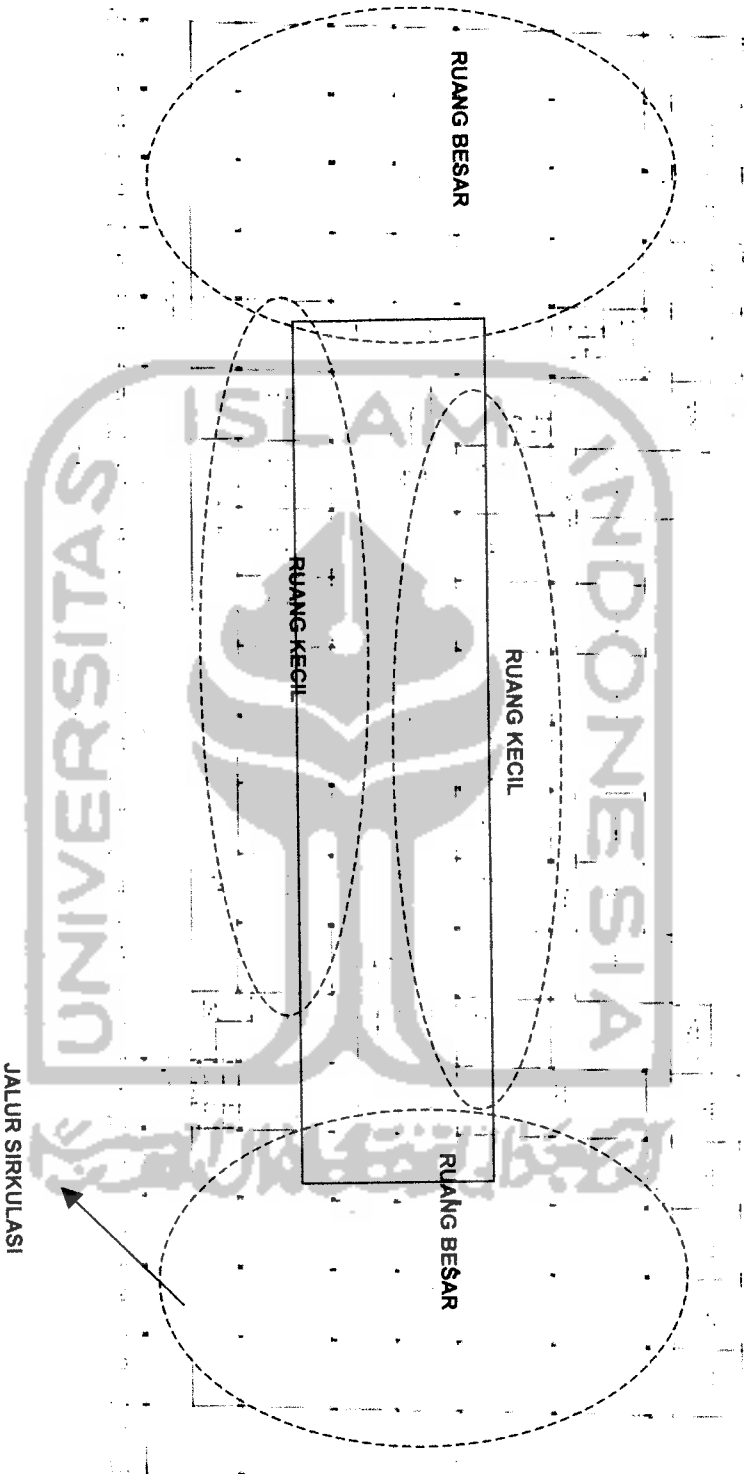
AKSEN MENONJOL KEATAS SEBAGAI CIRI KEMENONJOLAN DARI TOKO-TOKO DENGAN PRODUK YANG DIJUAL

PERPADUAN BIDANG SOLID VOID YANG MENIMBULKAN DESAIN YANG KOMPLEK MEMPUNYAI RAGAM.

PERPADUAN BIDANG Miring DAN DATAR SEBAGAI CARA MENUNJUKKAN KEKOMPLEKSITASAN ATAU PERPADUAN RAGAM DESAIN.



Kompleksitas susunan ruang



PENYUSUNAN DAN PERPADUAN DARI RETAIL BESAR DAN RETAIL KECIL YANG TERORGANISIR
SESUAI DENGAN FUNGSI DAN DIKAT OLEH JALUR SIRKULASI YANG MENGEKSPLORESINYA.

f.Efficiency (Efisiensi)

Dengan konsep bahwa setiap jengkal ruang yang dibuat adalah besarnya biaya yang dikeluarkan.

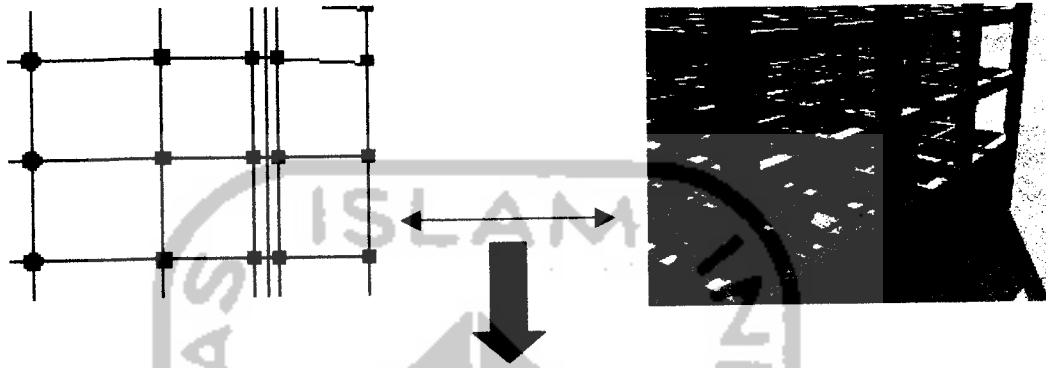
- 1.Penggunaan partisi pada setiap penyekat ruang dalam bangunan
2. Penggunaan modul ruang sesuai dengan modul struktur atau sebaliknya. Dalam kasus bangunan ini digunakan struktur rangka beton bertulang
- 3.Pencahayaan pada siang hari melalui skylight untuk bangunan atrium guna mengurangi pemanfaatan energi listrik.
4. Fasad bangunan dioptimalkan untuk peletakan papan iklan sebagai tambahan pemasukan bagi shopping mall.

f.Investivense (Kebaruan)

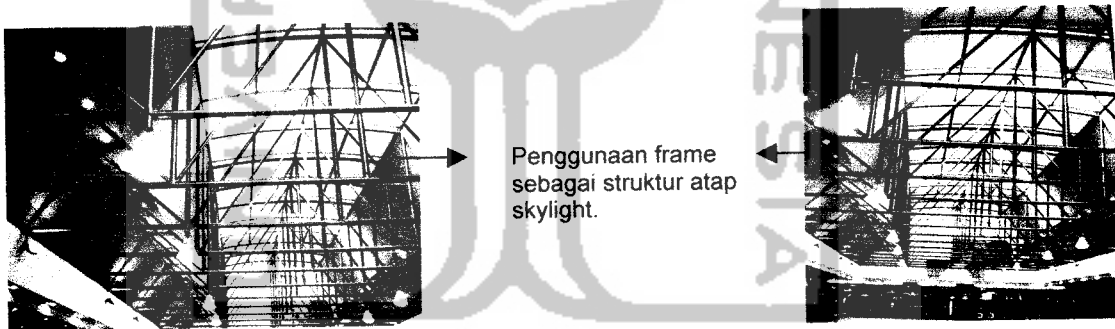
- 1.Penggunaan alat-alat dan kelengkapan bangunan sesuai dengan teknologi yang ada pada saat ini, misalnya lift dan eskalator pada fasilitas sirkulasi.
2. Penggunaan bahan-bahan material sesuai dengan perkembangan yang ada pada saat ini misalnya penggunaan kaca, penggunaan rangka baja pada atap.

2.6.2. Struktur Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Komposisi struktur yang digunakan adalah komposisi struktur campuran. Struktur rangka beton bertulang digunakan sebagai struktur utama bangunan. Grid struktur mengikuti modul ruang toko. Komposisi struktur atap menggunakan dag beton dan frame untuk skylight serta atap zinalume.



Struktur rangka beton bertulang sebagai struktur utama bangunan. Grid struktur menggunakan modul ruanr outlet.



2.6.3. Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Konsep dasar penciptaan citra komersial dalam olahan permukaan bangunan dengan memperhitungkan skala, proporsi serta komposisi dari fasad bangunan. Kreatif dan inovatif bisa ditransformasikan dalam komposisi bidang

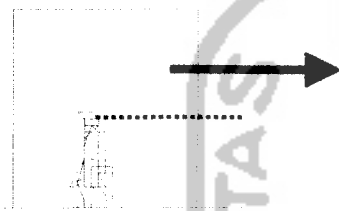
bukaan, massif, transparan, tekstur, warna dan penggunaan bahan sehingga tercipta bangunan yang mempunyai nilai estetika.

2.6.4. Simbol Sebagai Pembentuk Citra Komersial

Citra bangunan komersial ditunjukkan dengan bangunan yang bisa memberikan gambaran akan fungsi bangunan tersebut.

2.6.5. Ketinggian Bangunan

Konsep ketinggian bangunan harus memperhitungkan kenyamanan dan keakraban melalui proporsi dan skala. Ketinggian bangunan yang akan digunakan berkisar antara 3,5 – 5 m dalam tiap lantai bangunan.



Skala ketinggian bangunan yang dipilih adalah skala normal. Dengan itu masih memungkinkan untuk memperoleh keleluasaan dan kenyamanan gerak, serta menempatkan sistem utilitas diatas plafond.

2.6.6. Program Ruang

a. Study Aktifitas dan Kebutuhan Ruang

Pemikiran penggunaan bangunan dalam jangka waktu yang lama harus mendapatkan perhatian khusus dalam proses perancangan dan perencanaan bangunan shopping mall bahan bangunan. Efektifitas dan penekanan biaya operasional bangunan dengan cara penggunaan bahan bangunan yang berkualitas baik dan tahan lama, sehingga biaya pemeliharaan menjadi murah. Dengan pemikiran diatas maka kebutuhan ruang untuk shopping mall sebagai berikut :

- Fasilitas penjualan : retail yang fleksibel, disewakan.
- Fasilitas pengelola : kantor pengelola
- Fasilitas penunjang : gudang retail, ruang bongkar muat, lavatory, mushola.

b. Kebutuhan Luas Ruang

Dengan luas site 17000 m² dari ketentuan BCR (Building Coverage Ratio) maksimum 60% dari luas total lahan. Maka ditemukan BC 10200 m², dengan 3 lantai dan luas total bangunan adalah 13809 m². Maka perkiraan luas tiap lantai sekitar 3452 m².

c. Zoning Ruang Dalam

Konsep dasar peruangan dibagi berdasarkan zona sebagai berikut :

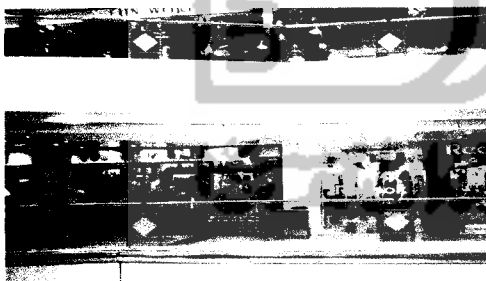
- Kelompok ruang penjualan
- Kelompok ruang pengelola
- Kelompok ruang penunjang
-

2.6.7. Sistem Sirkulasi

a. Sirkulasi Pengunjung / Pembeli

Konsep dasar sirkulasi yang dipakai adalah sirkulasi linier. Pengolahan koridor dibuat menarik dan dilengkapi dengan efek pencahayaan, sehingga diharapkan pengunjung akan terhindar dari kebosanan. Konsep kenyamanan sirkulasi pengunjung perlu mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Gerak pengunjung
- Kenyamanan bersirkulasi



Berdasarkan hal tersebut ditentukan lebar koridor untuk shopping mall bahan bangunan adalah 4 – 6 m. Berdasarkan rancangan terdapat satu unit toko yang menghadap koridor seperti contoh disamping.

2.6.8. Konsep Sistem Struktur

Konsep sistem struktur utama bangunan menggunakan struktur rangka beton bertulang. Adapun spesifikasinya sebagai berikut :

- Sub struktur : kombinasi foot plat dan pondasi rakit.

- Super struktur : kombinasi antara core, kolom balok beton bertulang.
- Bahan struktur beton bertulang.
- Dinding pengisi : batu bata , beton cetak, glass block, kaca dan sekat ruang menggunakan partisi.
- Atap menggunakan dag beton dan rangka baja.

2.6.8. Konsep Sistem Utilitas

Sistem utilitas merupakan syarat merupakan persyaratan utama dari kenyamanan bangunan. Adapun penggunaan sistem utilitas pada bangunan antara lain :

- Penghawaan buatan, menggunakan AC unit pada tiap unit toko . Untuk ruang khusus seperti ruang mesin, parkir indoor dan dapur menggunakan exhaus fan.
- Penghawaan alami, dengan cross ventilation pada ruang – ruang yang tidak memerlukan pengkondisian udara.
- Pencahayaan alami dengan skylight dan bukaan jendela.
- Pencahayaan buatan memanfaatkan sumber dari arus PLN. Untuk keadaan emergency digunakan genset.
- Sistem transportasi bangunan menggunakan escalator, lift barang, tangga darurat.
- Jaringan air bersih dari PAM, untuk antisipasi dengan pembuatan sumur air bersih. Sistem distribusi air down feed System.
- Sistem keamanan bangunan dari bahaya kebakaran menggunakan : sprinkler, tabung gas pemadam, hydrant. Sistem komunikasi menggunakan telepon, CCTV, intercom, telex facimily yang disediakan oleh warpostel.