PERPUSTAKAAN FTSP UII
HADIAH/BELI
TGL. TERIMA : 19 Mei 2004
NO. JUDUL : 00 1104
NO. INV. : 520000 1104 001
NO. INDUK :

TUGAS AKHIR

JOGJAKARTA MOBILE PHONE CENTER

ANALOGI MELALUI KARAKTERISTIK SIMBOLISME MOBILE PHONE
YANG MENDUKUNG CITRA BANGUNAN

K
711.5522
Ari
J
1



xi, 56 hal, 17 cm

DISUSUN OLEH :

BUSTANUL ARIFIN

97 512 105

• fas komunikasi
• Jas. Mobile Phone Center

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2003

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

JOGJAKARTA MOBILE PHONE CENTER

ANALOGI MELALUI KARAKTERISTIK SIMBOLISME MOBILE PHONE
YANG MENDUKUNG CITRA BANGUNAN

Disusun oleh :

BUSTANUL ARIFIN

97 512 105

Yogyakarta, Oktober 2003

Mengetahui	Menyetujui
Ketua Jurusan Arsitektur	Dosen Pembimbing
IR. REVIANTO BS, M Arch	IR. REVIANTO BS, M Arch

Puji syukur kepada Allah atas rahmat, ridho, hidyah dan inayah Nya

Kupersembahkan karyaku ini kepada :

Ma'e ibuku tercinta , orangtuaku, saudaraku dan kekasihku yang selalu menyayangi, mencintai dan memberi kebebasan serta memberi doa restu di setiap langkahku dalam menjalani hidup ini

Seluruh teman dan sahabatku yang memberi semangat dan inspirasi terhadap karyaku ini. Budhie, Teguh dan Nurul sahabat terbaikku.

Rekan-rekanku yang suka mobile phone dan berkecimpung di dunia bisnis mobile phone.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, ridlo, hidayah dan inayahNya dalam menjalani proses kehidupan, sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini, meskipun dalam proses penulisan banyak sekali kesulitan dan halangan tetapi berkat niat ibadah dan doa , bantuan dan dorongan dari orang tua, dosen, saudara, dan teman dekat penyusun dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Oleh karena itu , pada kesempatan ini saya sampaikan terima kasih dan hormat saya kepada :

1. Bapak Ir. Revianto BS, M. Arch. Selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ir. Revianto BS, M. Arch, selaku dosen Pembimbing
3. Orang tuaku (Bapak, Ibu dan nenekku) tercinta yang memberiku kasih sayang, cinta dan doanya selama ini.
4. Kakak dan saudara-saudaraku tercinta (Mas Iin, mbak Diyah, Mas Arif)
5. Teman-teman Kostku Budhi, Teguh, Yudie, Bayou, Ajie, Agung, Arip Gatot, Omie, Zoan, Totok, Sigit dan dik Nurul atas bantuan dorongan dan cintanya.
6. Sahabat studioku yang selama sembilan minggu bersama-sama berjuang.
7. Teman dan Saudaraku di counter Level Cellular Bantul, ColomBus Arloji & Cellular dan seluruh staff NOL Cellular yang memberiku bantuan dan dorongannya.
8. Teman-temanku Arsitektur UII 97, Erlangga yang memberi support.

9. Wawan (ciwox), Bowo, Udin, Zudi, Budi, Howex, Amad, Barit, Anas, Ipux,Welly dan teman sekampungku yang memberiku semangat.
10. Rekan - rekan pemuda masjid JAMASBA dan seluruh panitia Porseni Remaja Masjid VIII
11. Pitung Hijauku yang mengantarku selama proses studio.
12. Semua pihak yang membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Saya sebagai penyusun menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan ini terdapat kekurangan dan kedangkalan pembahasan serta jauh dari sempurna,

Semoga hasil dari penyusunan tugas akhir ini dapat dipergunakan sebagai khasanah pustaka dan bermanfaat bagi rekan-rekan. Amin.

Wassalaamualaikum Wr. Wb.

Jogjakarta, 03 Oktober 2003

Penyusun

JOGJAKARTA MOBILE PHONE CENTER

Analogi Melalui Karakteritik Simbolisme Mobile Phone Yang Mendukung Citra Bangunan

Disusun oleh :

BUSTANUL ARIFIN

97 512 105

ABSTRAKSI

Kehidupan manusia terus bergerak seiring dengan berjalannya waktu. Ketika aktivitas sehari-hari saling tumpang tindih, komunikasi menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Kebutuhan terhadap peralatan telekomunikasi yang ringan, praktis dan mudah dibawa kemana-mana semakin tinggi. Mobile phone menjadi peralatan yang paling diminati sekarang ini, terbukti dengan semakin banyak yang menggunakannya dalam berkomunikasi sehari-hari. Mobile Phone Center merupakan tempat atau wadah sentralisasi yang berhubungan dengan mobile phone dalam hal perdagangan, promosi, perawatan dan perbaikan khususnya perangkat mobile phone. Adanya wadah ini diharapkan memberi kemudahan dan kenyamanan konsumen mobile phone dan masyarakat dapat memperoleh informasi maupun pengetahuan mengenai mobile phone serta perkembangan nya. Penampilan bangunan Mobile Phone Center agar dapat menarik perhatian konsumen atau masyarakat untuk berkunjung dan mengadakan transaksi perdagangan dengan menanalogikan karakteristik simbolisme mobile phone yang ditransformasikan secara arsitektural ke bangunan. Keterpaduan fasilitas dan sarana eksibisi atau pameran fasilitas perdagangan/komersial dan fasilitas lainnya yang menciptakan suasana bebas, kreatif, dinamis dan rekreatif bagi pengunjung akan menjadi faktor penting bagi keberhasilan pencapaian tujuan dibangunnya fasilitas ini

DAFTAR ISI

Lembar Judul i
Lembar Pengesahan.....ii
Lembar Persembahan.....iii
Kata Pengantar.....iv
Abstraksi.....vi
Daftar Isi.....vii
Daftar Gambar.....x
Daftar Tabel.....xi

BAB I PENDAHULUAN.....1
I.1. Latar Belakang.....1
I.1.1. Latar Belakang Pemikiran.....1
I.1.2. Mobile Phone di Jogjakarta.....2
I.1.3. Batasan Pengertian Judul.....3
I.1.3.1. Istilah Mobile Phone.....3
I.1.3.2. Citra Bangunan.....4
I.1.3.3. Analogi Karakteristik Simbolisme Mobile Phone.....4
I.2. Permasalahan.....4
1.2.1. Tinjauan Permasalahan.....4
I.2.1.1. Mobile Phone Center.....6
I.2.1.2. Karakteristik Mobile Phone.....7
I.2.2. Permasalahan Umum.....9
I.2.3. Permasalahan Khusus.....9
I.3. Tujuan dan Sasaran.....10
I.3.1. Tujuan.....10

I.3.2. Sasaran.....10
I.4. Metodologi.....11
I.4.1. Memahami Karakteristik Simbolisme Mobile Phone.....11
I.4.2. Studi Literatur.....11
I.4.3. Pengolahan Data.....11
I.4.4. Analisa Perencanaan dan Perancangan.....11
I.5. Lingkup Pembahasan.....12
I.6. Lingkup Kegiatan.....12
I.7. Site Terpilih.....13
Peta Lokasi.....14
Ukuran Site.....15
I.8. Kebutuhan Ruang.....16
I.9. Konsep Desain.....18
I.9.1. Karakteristik Simbolisme Mobile Phone.....18
I.9.2. Sebagai Bangunan Komersial.....22
I.9.3. Konsep Visual Mobile Phone.....30
I.9. Sistematika.....34

BAB II. PROSES DESAIN.....35
II. 1. Penempatan Entrance.....35
II. 2. Denah dan Tata Ruang Dalam.....36

BAB III. HASIL PERANCANGAN.....40
III.1. Pemilihan Lokasi atau Site.....40
III.2. Situasi.....41
III.3. Site Plan.....42
III.4. Denah Lantai Basement.....44
III.5. Denah Lantai 1.....46
III.6. Denah Lantai 2.....47

III.7. Denah Lantai 3.....48
Lay out Retail.....49
III.8. Tampak.....51
III.9. Potongan 52
III.10. Detail Arsitektural.....53
III.11. Detail.....54
III.12. Perspektif Interior.....54

DAFTAR GAMBAR

BAB I. PENDAHULUAN

Peta Lokasi / Site.....14

Ukuran Site.....15

I.6.1. Karakteristik Simbolisme Mobile Phone

3. Dinamis

zoning.....22

I.6.2. Konsep sebagai Bangunan Komersial

2. Ukuran / Dimensi Bangunan.....24

6. a. Entrance ke site.....27

b. Pola sirkulasi ke bangunan.....28

c. Pola sirkulasi pengunjung.....29

d. Penempatan papan iklan.....30

1.6.3. Konsep Visual Mobile Phone.....31

BAB II. PROSES PERANCANGAN

II.1. Penempatan Entrance.....35

II.2. Denah tata ruang dalam

Denah awal.....36

Pengembangan I.....37

Pengembangan 2.....38

Pengembangan 3.....39

BAB III. HASIL PERANCANGAN

III.1. Lokasi/ Site.....41

III.1. Lokasi/ Site.....41
III.2. Situasi.....41
III.3. Site plan.....42
III.4. Denah lantai Basement.....44
III.5. Denah lantai I.....46
III.6. Denah lantai 2 47
III.7. Denah lantai 3.....48
Lay out Retail.....49
III.8. Tampak.....51
III.9. Potongan.....52
III.10. Detail Arsitektural.....53
III.11. Detail.....54
III.12. Maket.....56

BAB I
PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

I.1.1. Latar Belakang Pemikiran

Revolusi di bidang pertelekomunikasian di Indonesia telah sampai pada tahapan yang menakjubkan. Ketika aktivitas sehari-hari saling tumpang tindih, peralatan telekomunikasi canggih selanjutnya menjadi alat yang menentukan. Kebutuhan terhadap peralatan telekomunikasi yang ringan, praktis dan mudah dibawa kemana - mana semakin tinggi. Tidak hanya pengusaha di kota besar saja tetapi orang yang tinggal di daerah pinggiran kota atau desa membutuhkannya.

Mobile phone diperkenalkan pada tahun 1970-an, pada awalnya berupa radio genggam yang hanya dimanfaatkan oleh kalangan terbatas dalam dinas ketentaraan. Bentuk radio genggam pertama pada mulanya masih sebesar batako dan berat. Dengan bentuk dan ukuran tersebut, memang masih jauh dari praktis. Namun, manfaatnya yang tinggi membuatnya terpakai kemana saja. Di medan pertempuran ia bisa digunakan sebagai peralatan pengirim perintah, hasil pengintaian, dan komando yang strategis. Dalam ajang Perang Dunia II, bentuk dan kekuatannya berkali-kali diperbaiki. Bentuknya dapat diperkecil dengan ditemukannya transistor yang dapat mewakili sekian puluh komponen berukuran besar, dan menjelang dekade 1980-an semakin kecil lagi dengan berhasil diciptakannya *Integrated Circuit (IC)* yang mampu memuat sekian puluh bahkan ratusan komponen elektronik ke dalam komponen yang hanya sebesar kancing baju. Temuan ini membuat peralatan telekomunikasi menjadi semakin bermasyarakat karena

biaya produksinya yang menjadi semakin murah dan manfaatnya yang semakin luas. Teknologi digital juga ikut membuat peralatan ini makin menarik. Sekarang mobile phone sudah menjadi perlengkapan sehari-hari, banyak orang di berbagai kota besar, tua dan muda sering terlihat memamerkannya. Ditaruh di saku celana, diselipkan di pinggang, atau ada juga yang dikalungkan di leher. Harganya yang makin terjangkau membuat barang ini bisa dimiliki tidak hanya oleh orang kaya saja.

Mobile phone dapat digunakan sebagai media perbincangan, sebagai penyampai pesan ringan dan juga menjadi alat komunikasi yang dapat dijadikan bisnis yang cukup menjanjikan. Ratusan *counter* di kota besar dan kota kecil menyediakan peralatan telepon bergerak tersebut. Di kota besar seperti Jakarta, Surabaya dan Bali telah didirikan bangunan pusat bisnis mobile phone, yang di dalamnya terdapat puluhan counter yang menyediakan berbagai macam peralatan dan asessoris telepon bergerak tersebut. Sementara di Jogjakarta bangunan yang khusus dibangun sebagai pusat mobile phone belum ada, sementara kebutuhan dan peluang bisnis mobile phone di Jogjakarta makin meningkat. Belum adanya bangunan pusat mobile phone di Jogjakarta memberi dampak persaingan yang tidak sehat antar pengusaha mobile phone.

I.1.2. Mobile Phone di Jogjakarta

Jogjakarta adalah kota pelajar, kota budaya dan kota pariwisata. Ratusan sekolah dan puluhan Universitas didirikan di kota ini. Ribuan pelajar dan mahasiswa bukanlah penduduk asli Jogjakarta, sehingga kebutuhan komunikasi menjadi kebutuhan pokok bagi mereka sehari-hari. Peralatan komunikasi yang praktis, ringan dan mudah dibawa kemana-mana seperti mobile phone menjadi alat yang paling diminati oleh mereka. Pengguna mobile phone di Jogjakarta telah mencapai lebih dari 350 ribu orang dan

terus bertambah tiap harinya. Tiap counter rata-rata terjual 5 sampai 15 unit mobile phone setiap harinya dan 3 sampai 7 orang setiap harinya adalah pengguna pemula. Sementara di Jogjakarta terdapat lebih dari 250 counter mobile phone yang tersebar di seluruh kota Jogjakarta. Perkembangan pengguna mobile phone di Jogjakarta dimungkinkan akan terus bertambah bersamaan dengan bertambahnya model dan teknologi mobile phone di Indonesia. Sehingga dalam jangka waktu 10 tahun ke depan pengguna mobile phone di Jogjakarta diperkirakan mencapai lebih dari 1 juta jiwa.

Pengguna mobile phone di Jogjakarta tidak hanya kalangan menengah ke atas yang tinggal di tengah kota saja tetapi juga kalangan menengah ke bawah yang tinggal di daerah pinggiran kota atau desa merupakan pengguna pemula yang makin bertambah setiap harinya. Kebutuhan dan perkembangan mobile phone di Jogjakarta yang akan menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Jogjakarta tersebut, memerlukan tempat sebagai sentral perdagangan, promosi, pameran, perawatan dan perbaikan mobile phone juga sebagai tempat rekreasi, sehingga dapat menarik dan memberi keuntungan bagi produsen, pedagang dan konsumen mobile phone serta lingkungan sekitarnya.

I.1.3. Batasan Pengertian Judul

I.1.3.1. Istilah '**Mobile Phone**'

Mobile : berarti bergerak, dapat dipindahkan
Phone : berarti bunyi, telepon

Mobile Phone dapat diartikan telepon bergerak atau telepon tanpa menggunakan kabel yang mudah dibawa kemana – mana.

Jogjakarta Mobile Phone Center adalah bangunan sebagai tempat atau wadah sentralisasi yang berhubungan dengan mobile phone dalam hal perdagangan, promosi, perawatan dan perbaikan khususnya perangkat mobile phone yang berada di Jogjakarta.

I.1.3.2. **Citra Bangunan**

Citra : Menunjukkan suatu gambaran atau *image* yang memberi kesan penghayatan yang mengungkapkan arti bagi seseorang. (Mangunwijaya,1988)

Citra bangunan : Gambaran atau *image* yang memberi kesan penghayatan terhadap suatu bangunan sehingga dapat mengungkapkan arti tertentu atau khusus bagi seseorang yang menikmatinya.

I.1.3.3. Analogi Karakteristik Simbolisme Mobile Phone

Diarahkan pada pemahaman arti dan fungsi mobile phone dengan memahami karakternya sehingga memunculkan simbol - simbol mobile phone yang kemudian diterapkan dalam desain .

I.2. PERMASALAHAN

I.2.1. TINJAUAN PERMASALAHAN

Permasalahan yang berkaitan dengan konsep desain akan mendasari dan memberikan ciri pada bentuk bangunan secara keseluruhan. Untuk itu perlu diketahui terlebih dahulu apa dan bagaimana Mobile Phone Center tersebut.

Sebagai sistem pendekatan untuk mendapatkan gambaran secara umum atau global adalah sebagai berikut :

1. Apakah Mobile Phone Center itu?
2. Apa saja karakteristik dan simbolisme Mobile Phone yang mendasari perkembangan mobile phone untuk diterapkan dalam desain?

Sistem pendekatan secara global ini dapat digambarkan dalam bentuk diagram berikut. Kemudian dilanjutkan dalam lembar berikutnya sebagai jabaran mengenai penelaahan dan gambaran permasalahannya.

KONSEP AWAL	*KONSEP*	*RANCANGAN*
APAKAH MOBILE PHONE CENTER ITU? APA SAJAKAH KARAKTERISTIK MOBILE PHONE ?	1. KARAKTERISTIK SIMBOLISME MOBILE PHONE 2. BANGUNAN KOMERSIAL 3. KARAKTERISTIK VISUAL MOBILE PHONE	DESAIN

Tabel I.

I.2.1.1. Mobile Phone Center

Definisi Mobile Phone :

Mobile phone dapat diartikan telepon bergerak atau telepon yang dapat dipindahkan dengan mudah, tanpa kabel dan mudah dibawa kemana-mana. Mobile phone lebih dikenal di masyarakat dengan telepon selular atau *handphone* karena perangkat komunikasi tersebut yang paling dibutuhkan dan diminati oleh masyarakat. Perangkat mobile phone yang lain adalah PDA *(Personal Digital Assistant).* PDA dikenal dengan komputer genggam karena memiliki fasilitas seperti komputer, yang juga berfungsi sebagai penggantì *notebook* yang dinilai kurang praktis jika dibawa kemana - mana. Kamera digital juga merupakan bagian dari perangkat mobile phone yang sering digabungkan dengan *handphone* maupun PDA dalam pemasarannya.

Jogjakarta Mobile Phone Center adalah bangunan sebagai tempat atau wadah sentralisasi kegiatan yang berhubungan dengan mobile phone dalam hal perdagangan, promosi, eksibisi/pameran, servis/perbaikan dan perawatan khususnya pada perangkat mobile phone, yang berada di Jogjakarta. Sehingga Mobile Phone Center dapat menarik dan memudahkan konsumen untuk memilih salah satu dari produk yang ditawarkan produsen dengan leluasa, dengan pertimbangan masalah harga dan kualitas serta pelayanan yang memuaskan.

I.2.1.2.Karakteristik mobile phone

Mobile Phone memiliki karakteristik, antara lain :

a. Ukuran mengikuti teknologi yang berkembang (makin kecil atau besar)
b. Bentuk makin tidak teridentifikasi (tersamar)
c. Jaringan atau akses sangat luas dan semakin luas
d. Mempunyai fungsi beraneka ragam dan selalu berkembang
e. Teknologi tinggi selalu berkembang dan berubah-ubah
f. Bahan terbuat dari bahan yang ringan dan berkualitas
g. Semakin familiar terhadap kebutuhan manusia dan lingkungan
h. Dapat dijadikan sarana hiburan.

Karakteristik Mobile Phone tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Ukuran mengikuti teknologi yang berkembang (makin kecil / besar)
Mobile phone bersaing dalam model dan ukuran, mobile phone yang beredar di Indonesia cenderung makin kecil (contoh: Nokia 8210 – 8250) namun ketika teknologi makin berkembang dengan munculnya teknologi WAP akses, ukuran mobile phone cenderung makin besar (contoh : Ersicson R 310, Nokia komunikator 9110 – 9210 dan PDA). Sehingga ukuran mobile phone selalu mengikuti teknologi yang berkembang dan keinginan pasar.

b. Bentuk makin tidak teridentifikasi (ciri khas tersamar)
Bentuk mobile phone dalam perkembangannya tidak lagi dapat diidentifikasi. Ketika mobile phone disejajarkan dengan remote, kalkulator dan peralatan elektronik lain akan mempunyai bentuk yang mirip walau fungsi berbeda. Sehingga dapat dikatakan bahwa mobile phone mulai hilang identitas bentuknya.

c. Jaringan/akses sangat luas dan semakin luas

Teknologi yang semakin maju menjadikan akses mobile phone semakin berkembang dan semakin luas.

d. Teknologi tinggi selalu berkembang .

Teknologi mobile phone perkembangannya sangat cepat sekali dari teknologi yang hanya sebagai alat bicara kemudian SMS, MMS, WAP,GPRS hingga teknologi terbaru *Bluetooth* perkembangannya hanya dalam waktu beberapa bulan dan terus berkembang teknologi terbarunya.

e. Mempunyai fungsi beraneka ragam dan selalu berkembang Mobile phone memiliki fungsi yang beraneka ragam. Dapat berfungsi sebagai alat komunikasi, media bisnis, media dakwah, media hiburan dan sebagainya.

f. Bahan terbuat dari bahan yang ringan dan berkualitas

Mobile phone pada umumnya menggunakan bahan dari bahan yang ringan (plastik, karet atau glass/kaca) sehingga praktis dan mudah dibawa.

g. Semakin familiar terhadap kebutuhan manusia dan lingkungan

Mobile phone merupakan salah satu sarana komunikasi yang penting dan menjadi kebutuhan manusia khususnya untuk interaksi manusia dengan lingkungan sekitarnya. Dibutuhkan dalam pekerjaan, bisnis, pendidikan, perkantoran, keluarga dan sebagainya. Dapat dikatakan dalam kehidupan sehari - hari kebutuhan komunikasi dengan perantara mobile phone untuk sekarang dan masa akan datang mobile phone sangat familiar dengan manusia khususnya untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

h. Dapat dijadikan sarana hiburan.

Dengan mobile phone kita dapat bermain game, mengakses berita dan kita dapat melakukan rekreasi dengan teknologi.

Dari karakteristik - karakteristik rnobile phone tersebut dapat disimpulkan karakteristik mobile phone sebagai berikut :

1. Bentuk tidak teridentifikasi atau tersamar
2. Berkembang dan berubah-ubah
3. Bahan yang digunakan ringan
4. Familiar terhadap manusia dan lingkungan lingkungan
5. Sarana hiburan

1.2.2. PERMASALAHAN UMUM

Bagaimana mendesain Jogjakarta Mobile Phone Center sebagai bangunan komersial, dengan menganalogikan karakteristik mobile phone dan pendekatan citra bangunan berikut fasilitas pendukungnya yang representatif dan berkualitas.

I.2.3. PERMASALAHAN KHUSUS

1. Bagaimana bangunan Jogjakarta Mobile Phone Center yang dapat memenuhi tuntutan fungsi komersial, komunikasi, eksibisi / pameran dan rekreasi / hiburan dengan mengolah citra bangunan.
2. Bagaimana menemukan dan menciptakan ungkapan bentuk dan ruang bangunan Jogjakarta Mobile Phone Center yang dapat mendukung lingkungan sekitar serta menambah nilai (komersial) kawasan.

I.3 TUJUAN DAN SASARAN

I.3.1. Tujuan

Tujuan Umum :

Mewadahi kegiatan perdagangan, promosi, pameran, perawatan dan perbaikan mobile phone sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan produsen dengan leluasa dan memberi informasi tentang mobile phone, khususnya teknologi yang berkembang. Sehingga pengguna dapat melihat, membeli, sekaligus merawat dan memperbaiki mobile phone dengan mudah, merasa nyaman berkomunikasi dan terhibur .

Tujuan Khusus :

Mendesain Jogjakarta Mobile Phone Center sebagai bangunan yang dapat menampilkan karakter simbolisme mobile phone, sebagai pusat perdagangan, promosi, perawatan, perbaikan mobile phone dan tempat rekreasi serta menanggapi lingkungan yang ada.

I.3.2. Sasaran

Terwujudnya Jogjakarta Mobile Phone Center sebagai bangunan pusat perdagangan, promosi, pameran, perawatan, perbaikan mobile phone, dan sebagai tempat rekreasi / hiburan, sehingga dapat menarik bagi semua kalangan masyarakat, mempermudah konsumen dan memberi keuntungan bagi produsen, dengan mempertimbangkan karakteristik simbolisme mobile phone. Tolak ukur keberhasilan dapat dilihat dari penerapan konsep karakteristik simbolisme mobile phone ke bangunan.

I.4 METODOLOGI

Metodologi dalam penulisan ini melalui:

I.4.1. Memahami karakter Simbolisme Mobile Phone

Mencari dan memahami karakter mobile phone dari arti maupun fungsinya sehingga ditemukan simbol - simbol mobile phone yang dapat diterapkan dalam desain bangunan.

I.4.2. Studi literatur

Mendalami dan memahami literatur yang ada untuk diterapkan dalam perencanaan Jogjakarta Mobile Phone Center.

I.4.3. Pengolahan Data

1. Menjelaskan data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan, tujuan dan sasaran dari pembahasan berupa kegiatan dalam Mobile Phone Center.
2. Mengidentifikasi permasalahan secara umum maupun khusus pada Mobile Phone Center yang dapat menampilkan fungsi pusat perdagangan, promosi, perawatan, perbaikan, mobile phone dan tempat rekreasi.

I.4.4. Analisa Perencanaan dan Perancangan

1. Analisa pendekatan perancangan mengenai fungsi ruang, lingkup kegiatan dan kebutuhan ruang
2. Analisa lokasi atau site untuk pendekatan bentuk fasad.
3. Konsep dan program yang mendasari perencanaan dan perancangan bangunan .

I.5. LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan diarahkan pada penekanan konsep bangunan dengan menerapkan karakteristik simbolisme mobile phone berikut pembahasan mengenai aspek - aspek lain yang menjadi pertimbangan dalam desain bangunan, meliputi : Aspek perilaku dan pengunjung bangunan, standar kebutuhan ruang dan faktor penunjang lainnya.

I.6. LINGKUP KEGIATAN

1.6.1. Fungsional

Mobile Phone Center adalah bangunan sebagai tempat atau wadah sentralisasi kegiatan yang berhubungan dengan mobile phone dalam hal perdagangan, promosi, eksibisi/pameran, servis/perbaikan dan perawatan khususnya pada perangkat mobile phone.

Terdapat beberapa fungsi Mobile Phone Center :

- Sebagai wadah sentralisasi perdagangan mobile phone
- Sebagai wadah promosi mobile phone
- Sebagai media komunikasi dan interaksi produsen dan konsumen
- Memberi kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi dan perkembangan mobile phone berikut perangkatnya.

Lingkup kegiatan yang berlangsung dalam fasilitas Jogjakarta Mobile Phone Center dikualifiaksikan menjadi :

a. Kegiatan Informasi

Kegiatan menerima atau memberikan berita atau informasi tentang perkembangan mobile phone dan perangkat pendukungnya sesuai model dan teknologi yang berkembang.

b. Kegiatan Promosi

Kegiatan untuk mengenal atau menyebarkan segala sesuatu tentang produk mobile phone kepada masyarakat agar mereka tertarik terhadap perangkat tersebut berikut perkembangannya.

c. Kegiatan Perdagangan

Pengusaha dan konsumen dapat melakukan proses jual-beli, tukar-tambah, perbaikan dan perawatan mobile phone berikut perangkatnya.

d. Kegiatan Rekreasi

Kegiatan untuk *refresing* atau menghibur diri dengan memanfaatkan fasilitas yang disediakan.

1.7. SITE TERPILIH

JUDUL : Jogjakarta Mobile Phone Center

LOKASI : Sebelah utara parkiran wisata Ngabean tepatnya sekitar pertemuan jalan R.E. Martadinata dan jalan Let Jend. Suprapto, Ngampilan, Yogyakarta.

LUAS SITE : + 7.000 m2

BCR : 60%

Batas Lahan : Sebelah Utara : Jalan kampung / Perumahan penduduk

Sebelah Selatan : Jl. R.E. Martadinata

Sebelah Timur : Jl. Let. Jend. Suprapto

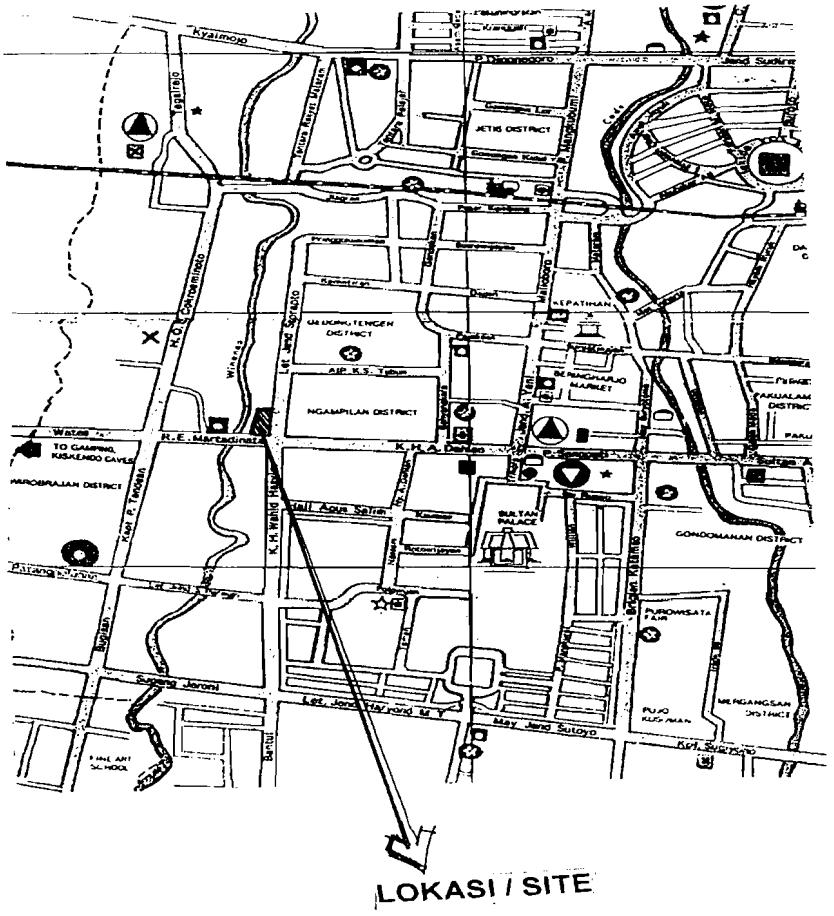
Sebelah Barat : Perumahan penduduk

Kondisi Site : Kawasan lokasi ini memiliki kondisi sebagai berikut :

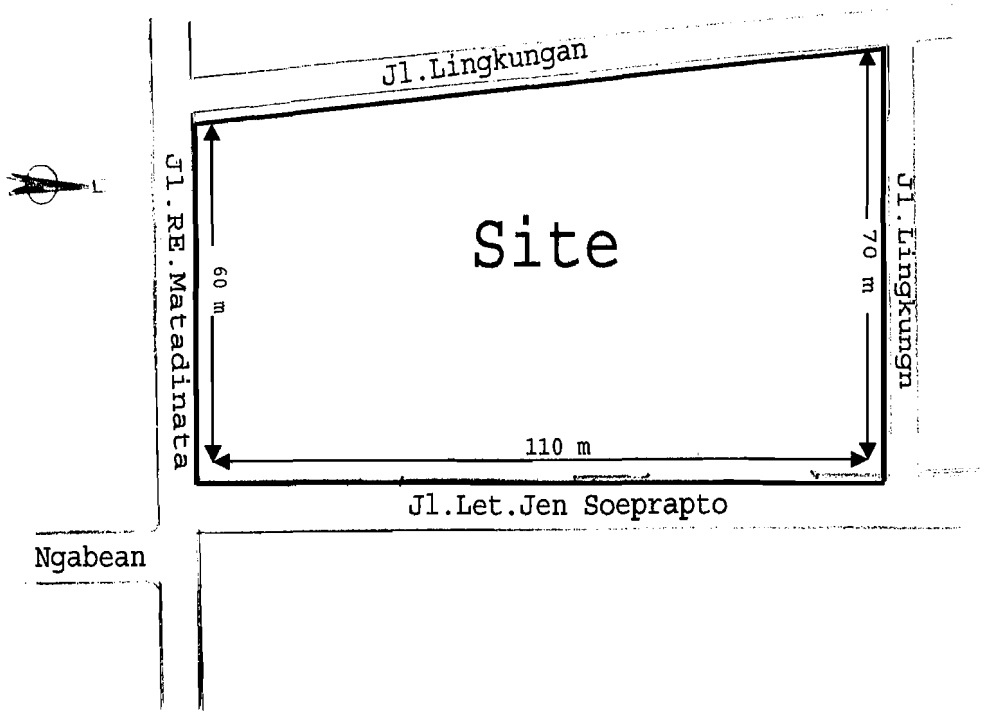
1. Peruntukan lahan saat ini adalah lahan kosong dan sebagian perumahan penduduk.
2. Kepadatan bangunan termasuk kategori kepadatan sedang
3. Merupakan daerah bagian pusat keramaian kota

Lokasi ini sangat tepat karena merupakan daerah komersial kota, pencapaian mudah dari seluruh kota dan peruntukan lahan yang sesuai.

PETA LOKASI (SITE)



UKURAN SITE


Jl.Lingkungan
Jl.RE.Matadinata
Site
60 m
70 m
Jl.Lingkungn
110 m
Jl.Let.Jen Soeprapto
Ngabean

1.8. KEBUTUHAN RUANG

A . HIBURAN DAN JASA PELAYANAN

NO	Nama Ruang	Standar Ruang	Sumber	Kapasitas	LUAS (M2)
1.	Parkir umum	Jumlah pengunjung 1000 orang/hari			
		20% menggunakan mobil			
	Parkir mobil	(1000x20%= 200orangl/hr)			
		1 mobil rata-rata 3 orang			
		200/3 = 70 mobil	Data		
		12 m^2 / mobil	Arsitek	70 mobil	840
	Parkir motor	2 m^2 / motor		150 motor	300
2.	Cafe Internet	1,4 m^2 / orang		100 orang	140
3.	Book shop	1,4 m^2 / orang	Asumsi	80 orang	112
4.	Arena bermain				
	(game center)	1,5 m^2 / orang		80orang	120
5.	ATM	3 m		3 bh	9
6.	Retail A	12 m^2		40 ritel	480
7.	Retail B	24 m^2	Asumsi	30 ritel	720
8.	Retail C	32 m^2		24 ritel	768
9.	Vendor	64 m^2		15 ritel	960
10.	Lobby/Informasi	1,4 m^2		20 orang	28
11.	Hall			100 orang	200
12.	Eksibisi/Pameran			300 orang	420
13	Caffetaria	1,4m^2 / orang		100 orang	140
14.	Restaurant	1,4 m^2 / orang		100 orang	140
15.	Studio Foto	1,4 m^2 / orang		75 orang	100
16.	Supermarket				540
	Gudang				120

Tabel 2

B. PENGELOLA

NO	Nama Ruang	Standar Ruang	Sumber	Kapasitas	LUAS (M2)
1.	Direktur	24 m^2			24
2.	Sekretaris	14 m^2	Data		14
3.	Manager	14 m^2	Arsitek		14
4.	Administrasi	1,4 m^2 / orang		12 orang	32
5.	Rapat	1,6 m^2 / orang		50 orang	80
6.	Tamu	1,5 m^2 / orang	Asumsi	10 orang	15

Tabel 3

C. KEGIATAN PENUNJANG

NO	Nama Ruang	Standar Ruang	Sumber	Kapasitas	LUAS (M2)
1.	Gen set	24 m^2			24
2	Pompa	16 m^2	Data Arsitek		16
3.	Control Panel	12 m^2			12
4.	AHU	12 m^2		3	36
5.	Chiller	18 m^2			18
6.	Pos keamanan	8 m^2		4	32
7.	Musholla	0,8 m^2 / orang	Asumsi	40 orang	32
8.	Wudlu	16m^2			16
9..	Lavatory	1,2m^2		28	33,6
10.	Perawatan	6 m^2		4	24

Tabel 4

Luas	6559,6
Sirkulasi 20%	1311,92
	7871,52

I.9. KONSEP DESAIN

Sebagai pendekatan perancangan Jogjakarta Mobile Phone Center ini dikelompokkan menjadi 3 kelompok yang menjadi pertimbangan konsep desain, yaitu:

I.6.1. Karakteristik Simbolisme Mobile Phone

Jogjakarta Mobile Phone Center ini harus dapat memunculkan *image* atau citra yang mengekspresikan kegiatan di dalamnya. Ekspresi tersebut dengan menganalogikan karakteristik simbolisme mobile phone yang kemudian ditranformasikan dalam konsep desain bangunan.

Dari karakteristik - karakteristik mobile phone, dapat disimpulkan karakteristik mobile phone sebagai konsep desain sebagai berikut :

Karakteristik Mobile Phone	Konsep Desain
1. Bentuk tidak teridentifikasi	→ Identitas bentuk tersamar
2. Berkembang dan berubah-ubah	→ Fleksibilitas ruang
3. Bahan yang digunakan ringan	→ Bahan ringan
4. Familiar terhadap manusia	→ Familiar terhadap dan lingkungan
5.SaranahiburanTempat lingkungan	→ Fasilitas rekreasi/hiburan

Tabel 5

Dari diagram di atas dapat dijelaskan bahwa karakteristik mobile phone sebagai konsep dalam desain sebagai berikut :

1. Identitas bentuk tersamar

Bentuk bangunan tidak menonjolkan identitas mobile phone tetapi lebih ke arah pemahaman simbolisme karakteristik mobile phone tersebut sehingga orang akan tertarik dan ingin mengetahuinya.

2. Fleksibilitas ruang

Tata ruang khususnya ruang eksibisi dalam Jogjakarta Mobile Phone Center ditekankan pada fleksibilitas ruang sehingga ketika mobile phone berkembang ruang tetap fungsional baik dari segi komersial maupun fungsi yang lain.

3. Bahan ringan

Bahan - bahan bangunan dan konstruksi digunakan bahan yang ringan (khususnya pada selimut bangunan) tetapi tetap mendukung fungsi bangunan.

4. Konteks lingkungan

Merancang bangunan yang familiar terhadap manusia dan lingkungannya. Sehingga sasaran untuk masyarakat kalangan menengah keatas dan menengah kebawah tetap terkena. Masyarakat kalangan menengah keatas tidak malas untuk datang ke Jogjakarta Mobile Phone Center tersebut dan kalangan menengah kebawah juga tidak takut untuk berkunjung ke bangunan ini.

5. Tempat rekreasi

Bangunan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi bagi masyarakat yang berkunjung. Sehingga orang yang datang tidak hanya untuk membeli, menjual atau memperbaiki mobile phone saja tetapi dapat menikmati bangunan tersebut berikut fasilitas lain yang disediakan.

Dari karakteristik mobile phone tersebut kemudian dicerminkan dalam bentuk simbolisme yang kemudian diterapkan dalam konsep desain.

Karakteristik Simbolisme mobile phone tersebut adalah:

1. Kebebasan

Dengan mobile phone pengguna bisa berkomunikasi dengan bebas. Mobile phone bebas untuk dibawa kemana saja sehingga pengguna dapat meggunakannya di berbagai tempat khususnya daerah yang terjangkau sinyalnya. Dengan mobile phone orang bebas mendapatkan informasi, bebas memanfaatkan fasilitas di dalamnya sesuai kebutuhannya.

Simbol kebebasan tersebut ditransformasikan dalam konsep desain sebagai berikut :

Bentuk simbol kebebasan pada bangunan ini dengan memberikan selimut atau dinding kaca khususnya yang berorientasi ke jalan utama. Dengan kaca tersebut, orang yang berada di luar bebas melihat view ke bangunan begitu juga sebaliknya yang dari bangunan bebas melihat view ke luar bangunan sehingga kaca sebagai simbol kebesasan berkomunikasi. Sebagian atap juga menggunakan bahan *fiberglass* atau *polikarbonat* melengkung, seakan–akan bebas melingkupi bangunan di bawahnya. Sehingga bangunan ini akan terasa luas dan terasa tidak ada batasan bagi penggunanya walaupun faktor komersial menjadi pertimbangan penting, sehingga dapat menarik pengunjung untuk memanfaatkannya. Simbol kebebasan juga diterapkan pada ruang Hall eksibisi, dimana pada ruang ini ruang dibuat fleksibel sehingga secara temporal ruang bebas untuk diubah sesuai kebutuhan.

2. Kreatif

Mobile phone merupakan hasil dari kreatifitas manusia. Para ahli dengan kreatifitas pemikirannya selalu memunculkan ide - ide baru baik teknologi, bentuk, fasilitas maupun fungsi mobile phone tersebut. Bahkan orang yang memanfaatkan mobile phone menggunakannya dengan kreatif. Untuk bisnis, untuk berpolitik, untuk mencari informasi maupun hanya untuk bergaya. Mobile phone juga dapat memunculkan kreatifitas baru, misalnya kreatifitas dalam mode busana sebagai asesoris busana, kreatifitas dalam seni musik, kreatifitas pertahanan sebagai alat perang, alat pengaman dan sebagainya. Dengan kreatifitas tersebut mejadikan mobile phone berkembang sangat cepat dan berubah - ubah bentuk, ukuran dan teknologinya. Namun akibat perkembangan teknologi yang begitu cepat menjadikan mobile phone mulai kehilangan identitas bentuknya sehingga orang harus kreatif untuk mengetahuinya.

Simbolisme kreatif tersebut ditransformasikan dalam konsep desain sebagai berikut :

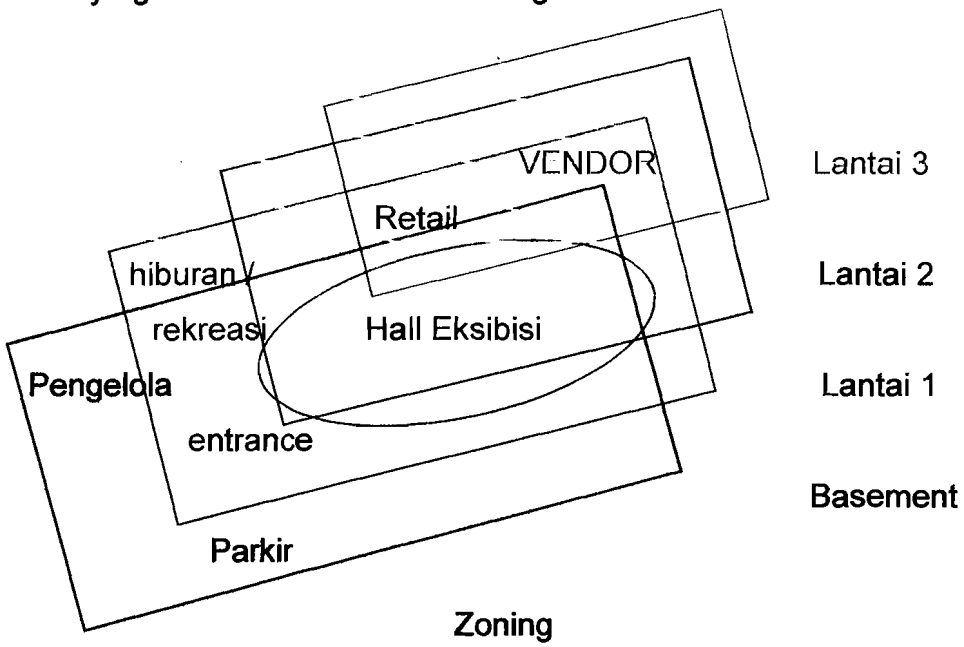
Penerapan simbolisme pada bangunan dibuat tersamar dan seakan – akan bangunan tersebut masih akan berkembang sehingga memberi ide bagi yang melihat atau menikmati bangunan untuk berfikir kreatif. Dengan kata lain, orang akan dituntut lebih kreatif dalam memahami bentuk Jogjakarta Mobile Phone Center karena lebih diarahkan pada karakteristik simbolisme mobile phone bukan bentuk fisik mobile phone. Sedangkan pada Jogjakarta Mobile Phone Center ini identitas bentuk disamarkan.

3. Dinamis

Mobile phone dapat diartikan telepon bergerak dimana unsur *mobile* atau gerak ada di dalamnya. Gerak tersebut diwujudkan dari kemudahan menggunakannya untuk memperlancar aktifitas sehari-hari.

Simbolisme dinamis tersebut ditransformasikan dalam konsep desain sebagai berikut :

Pola pergerakkan yang dinamis dalam interior bangunan dengan penerapan tingkatan ruang publik ke ruang yang privat. Lantai I untuk ruang publik dimana ruang eksibisi, fasilitas hiburan dan retail ada di dalamnya sehingga semua kalangan dapat menggunakan. Lantai II untuk counter – counter umum dimana kebanyakan kalangan bawah dan menengah yang memanfaatkannya. Lantai III untuk vendor (Nokia, Siemen, Sonny Ericsson, Motorolla, Samsung, dan sebagainya) yang kebanyakan kalangan atas yang mengunjunginya. Sehingga dengan pembagian tingkatan ruang dari ruang yang sangat padat ke ruang yang kurang padat pengunjungnya memberikan kesan adanya gerak dinamis di dalam bangunan ini.



Zoning

I.6.2. Sebagai Bangunan Komersial

Jogjakarta Mobile Phone Center ini merupakan bangunan komersial, salah satu pertimbangan komersial yaitu bagaimana membuat masyarakat tertarik untuk mengunjungi bangunan tersebut.

Bangunan fasilitas komersial mempunyai karakteristik khusus beberapa aspek sebagai persyaratan, yaitu:

a. Berada di tepi jalur lalu lintas yang padat dan berada di tengah area yang dilayani.

b. Adanya kemungkinan pengembangan, dimana suatu pusat secara internal ditata dengan pertimbangan khusus untuk ruang-ruang terbuka, pencapaian serta ruang publik dalam dan sekitar kawasan.

c. Area dapat menghasilkan keuntungan dan pemasukkan ekonomi.

d. Area tidak produktif .

Konsep desain Jogjakarta Mobile Phone Center sebagai bangunan komersial, adalah sebagai berikut:

1. **Pemilihan Site**

Pemilihan site atau lokasi Jogjakarta Mobile Phone Center ini dengan mempertimbangan persyaratan bangunan fasilitas komersial diatas. Sehingga lokasi/site terpilih adalah:

Di daerah Ngabean, kelurahan Ngampilan Jogjakarta. Batas Site:

Batas Utara : Perumahan Penduduk

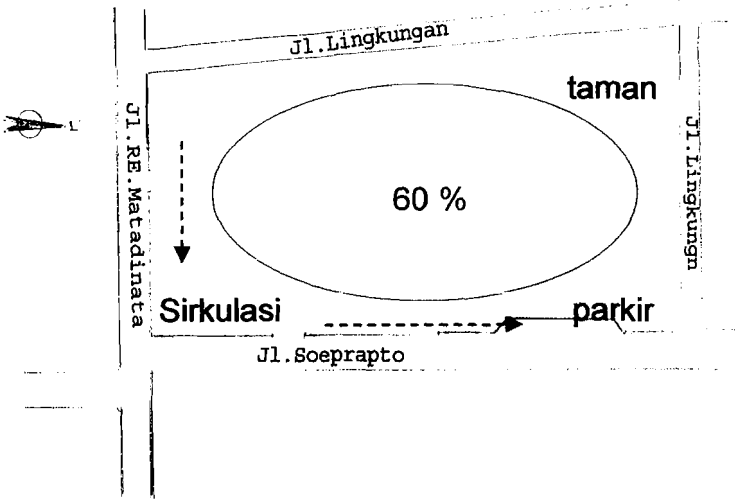
Batas Selatan : JL RE Martadinata

Batas Timur : JL Let. Jend. Soeprapto

Batas Barat : Perumahan Penduduk

2. **Ukuran**

Ukuran bangunan didasarkan pada efisiensi lahan yaitu dengan memaksimalkan lahan sebagai bagian pertimbangan faktor komersial namun tetap memperhatikan lingkungan sekitar. Sehingga pada Jogjakarta Mobile Phone Center ini area yang akan dibangun adalah 60 % dari luas seluruh lahan atau site dan 40 % untuk area terbuka sebagai fasilitas umum, sirkulasi menuju bangunan, pendistrian, area penyerapan dan area parkir sehingga tetap mendukung fungsi komersial dan memperhatikan lingkungan.



3. **Arah Bangunan**

Arah bangunan ditujukan sebagai daya tarik bangunan sehingga dapat mengkomunikasikan bangunan yang bersifat mengundang orang banyak atau membuat tertarik bagi pengunjung untuk datang menikmati fasilitas bangunan ini. Sehingga pada Jogjakarta Mobile Phone Center ini bangunan diorientasikan ke jalan utama yaitu Jalan R.E. Martadinata dan Jalan Let.

Jen. Suprapto serta perempatan Ngabean. Hal ini dengan pertimbangan jalan tersebut adalah jalan utama di sekitar site dan banyak orang yang melewatinya sehingga dengan arah bangunan menghadap ke jalan tersebut diharapkan pengkomunikasian bangunan lebih mudah dan lebih banyak orang yang mau berkunjung.

4. **View**

View menuju bangunan diarahkan dengan memberi kebebasan pengunjung untuk melihat kegiatan dan fasilitas di dalam bangunan. Hal ini sebagai penerapan pada bangunan dengan mempergunakan kaca, *fiberglass* atau *polycarbonate* sebagai bukaan di beberapa bagian dinding dan atap. Dengan penggunaan kaca tersebut selain untuk memberi kebebasan arah view ke bangunan, juga lebih banyak dalam penggunaan atau pemanfaatan cahaya alami di siang hari sehingga mendukung faktor komersial.

View ke luar bangunan diarahkan pada kebebasan pengunjung untuk melihat lingkungan sekitar. Hal ini untuk menghindari kebosanan atau kejenuhan pengunjung setelah menikmati beberapa fasilitas dalam bangunan. Jenis kaca yang digunakan adalah kaca transparan suspensi on .

5. **Tata Ruang**

Sebagai konsep desain pada Jogjakarta Mobile Phone Center, perencanaan tata ruang yang dapat mendukung fungsi komersial dan fungsi rekreasi namun tetap memberi kenyamanan bagi pengunjung sehingga tercipta suasana yang santai dan nyaman. Perencanaan tata ruang diarahkan pada penyebaran ruang-ruang sebagai magnet (*Anchor*) sehinga sirkulasi pengunjung dapat merata ke seluruh ruang-ruang yang ada.

Pada ruang eksibisi sebagai pusat konsentrasi pengunjung di Jogjakarta Mobile Phone Center ini, yang secara temporal memerlukan penataan ruang yang berubah-ubah karena mobile phone berkembang secara pesat sehingga dengan fleksibillitas ruang tersebut dapat memberi kemudahan untuk mengatur ruang dan sebagai penerapan karakteristik simbolisme kebebasan yang mendukung citra bangunan. Ruang eksibisi juga difungsikan sebagai pendukung fasilitas rekreasi yaitu dengan memberikan kolam dan lansekap .

Pemberian lansekap pada ruang dalam, berupa kolam dan taman akan memberi suasana alami sehinga menambah suasana santai nyaman dan penuh keakraban. Pada area terbuka difungsikan sebagai fasilitas umum, taman, sirkulasi menuju site, pendistrian dan area penyerapan yang didukung dengan memanfaatkan *vegetasi*. Vegetasi merupakan bagian tata lansekap yang bertujuan untuk mempertegas area terbuka, sebagai pengarah pada jalur sirkulasi, untuk perlindungan terhadap iklim sebagai *screening* pandangan dari pemandangan yang tidak dikehendaki dan mereduksi polusi udara dan bau. Sehingga pada area terbangun pada Jogjakarta Mobile Phone Center ini *vegetasi* yang digunakan adalah tanaman peneduh, rerumputan dan bunga. Sehingga dengan penataan lansekap yang sesuai dan tetap mendukung fungsi bangunan tercipta keakraban pengunjung terhadap bangunan maupun terhadap lingkungan sekitarnya. Hal ini juga untuk mendukung fasilitas rekreasi dalam Jogjakarta Mobile Phone Center.

6. Pola Sirkulasi

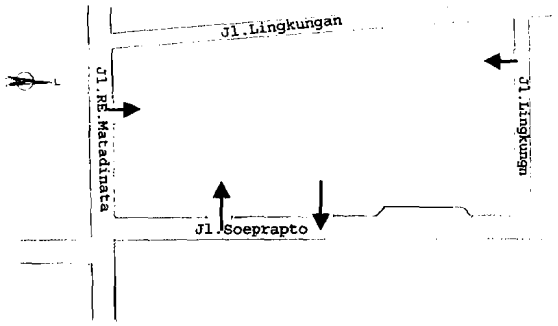
a. Pola sirkulasi ruang luar / site

Entrance masuk menuju site terdiri dari empat jalur , yaitu :

- Arah selatan disediakan satu jalur masuk ke site. Dimana jalur dari arah selatan atau Jl RE Martadinata memiliki kontur dengan kemiringan 30

derajat dan berdekatan dengan perempatan Ngabean. Untuk itu jalur ke site dari arah selatan hanya satu jalur masuk saja dan diletakkan jauh dari perempatan Ngabean sehingga sirkulasi masuk ke site dapat lancar.

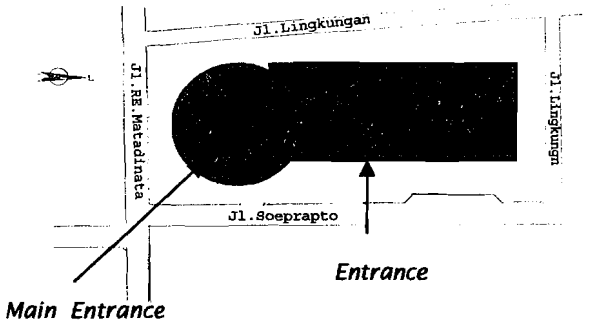
- Arah Timur disediakan satu jalur masuk dan satu jalur ke luar site. Hal ini dengan pertimbangan dari arah timur atau Jl. Let.Jend Suprapto paling nyaman untuk masuk maupun keluar site dan merupakan daerah yang paling sesuai sebagai orientasi bangunan.
- Arah Utara disediakan satu jalur untuk masuk maupun keluar site yang dikhususkan untuk pengelola bangunan.



b. Pola sirkulasi ke bangunan

- Sirkulasi menuju bangunan disediakan *entrance* utama yaitu arah sudut bangunan yang mengarah ke perempatan Ngabean, hal ini dengan pertimbangan entrance utama pada bangunan tersebut paling sesuai baik dari segi kenyamanan pengunjung maupun orientasi bangunan sehingga dapat mendukung fungsi komersial. Selain *entrance* utama pada Jogjakarta mobile Phone Center ini disediakan *entrance*

pendukung yaitu pada arah timur dengan orientasi pada jalan RE Martadinata hal tersebut dengan pertimbangan memberi kemudahan bagi pengunjung untuk masuk ke bangunan dari ruang parkir.

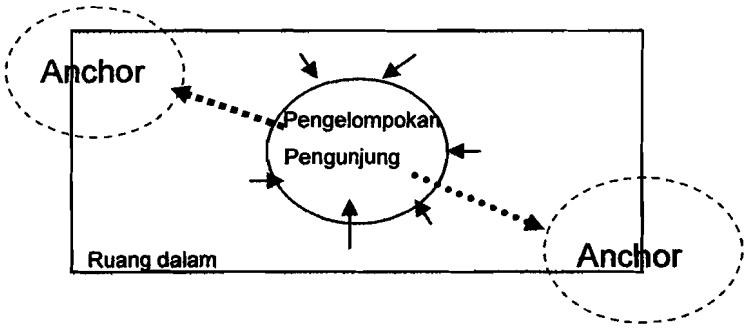


c. Pola Sirkulasi Pengunjung

- Sirkulasi pengunjung khususnya pejalan kaki disediakan jalur untuk pejalan kaki (pendistrian) berupa trotoar disekeliling site yang diberi tanaman peneduh disekelilingnya. Pada bagian *entrance* utama yang mengarah ke perempatan Ngabean jalur pejalan kaki diberi akses dan ketinggian yang berbeda hal ini untuk menunjukkan dan mengarahkan pejalan kaki untuk melalui *entrance* utama dan mendukung konsep visual mobile phone pada bagian yang ditonjolkan.
- Sirkulasi pengunjung di dalam bangunan di arahkan dengan memberi fasilitas sirkulasi seperti *escalator* dan *lift* sehingga pengunjung dengan mudah untuk mengunjungi lantai atas atau ke lantai bawah sehingga fasilitas yang disediakan dapat dinikmati oleh pengunjung.
- Penempatan *escalator* dan *lift* diletakan cukup jauh dari entrance pada bangunan namun masih mudah dilihat atau dicari oleh pengunjung dengan pertimbangan agar pengunjung merata ke seluruh ruang

pada bangunan sehingga faktor komersial akan merata ke seluruh bangunan.

- Penyebaran pengunjung juga dilakukan dengan pemberian anchor atau magnet berupa ruang yang besar seperti *restaurant, book shop* atau *vendor* sehinggga pengunjung akan terarah pada magnet (*Anchor*) hal ini agar pengelompokan pengunjung pada satu titik tidak terjadi sehingga sirkulasi dalam bangunan akan lancar.



Pola penyebaran pengunjung

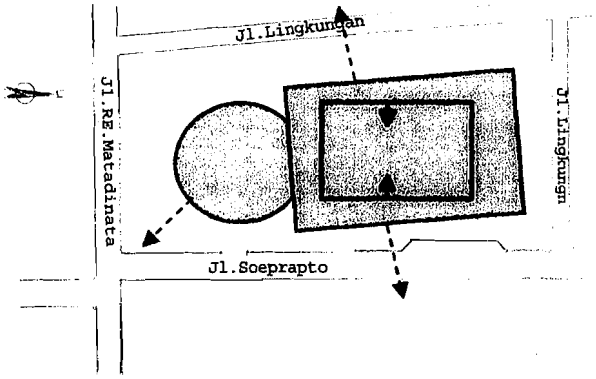
d. Penempatan papan Iklan

Iklan merupakan bagian yang akan menjadi paling penting dan sangat mendukung faktor komersial pada Jogjakarta Mobile Phone ini, sehingga papan iklan akan menghiasi dinding luar dan dirıding dalam barıgunan .

Pada dinding luar bangunan, papan iklan diorientasikan pada arah perempatan Ngabean sebagai bagian yang ditonjolkan, arah timur atau searah dengan JL. Let Jend. Soeprapto dan arah barat bangunan yang diorientasikan kearah Jl. RE Martadinata. Hal ini dengan pertimbangan arah tersebut merupakan arah yang mudah untuk dinikmati oleh orang

yang melintas di jalan tersebut sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi Jogjakarta Mobile Phone Center ini.

Pada dinding dalam bangunan papan iklan diletakkan mengarah ke ruang Hall dan Eksibisi. Hal ini dengan pertimbangan hall dan ruang eksibisi merupakan ruang yang menjadi pusat orientasi pengunjung sehingga dengan adanya papan iklan tersebut akan mendukung faktor komersial pada bangunan ini.



Orientasi Iklan

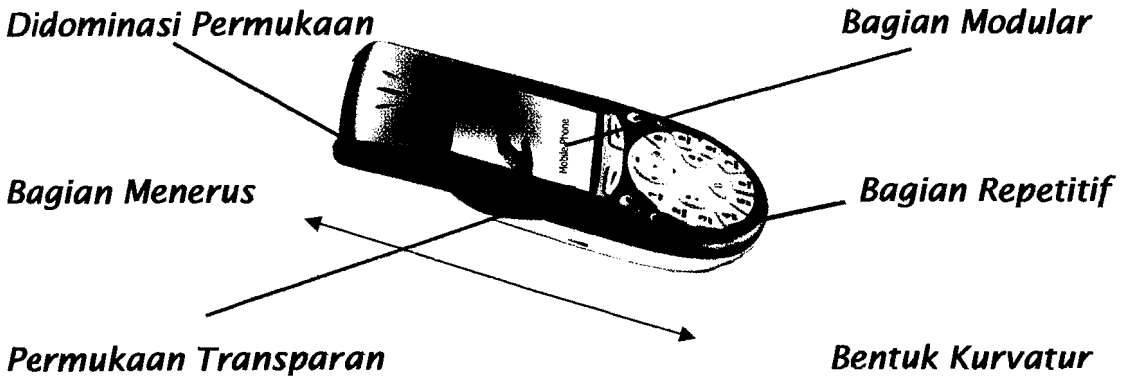
Orientasi iklan ruang dalam

Orientasi iklan luar

I.6.3. Konsep Visual Mobile Phone

Sebagai bangunan komersial Jogjakarta Mobile Phone Center harus mempunyai daya tarik visual. Yang utama dari ketertarikan visual dari luar adalah harus menonjol dari sekelilingnya. Penonjolan ini dengan perwujudan bentuk bangunan dengan menggunakan simbol tersamar yang menyatakan peran suatu bentuk.

Dalam berbagai bentuk dan jenis mobile phone secara umum mempunyai karakteristik visual yang dapat dijadikan konsep desain pada Jogjakarta Mobile Phone Center sebagai berikut:



Konsep Visual Mobile Phone

1. Didominasi oleh Permukaan

Mobile phone selalu diselimuti *cashing* yang merupakan bagian daya tarik mobile phone yaitu pada bentuk, bahan, tekstur dan warna. Sehingga pengguna tertarik dan mudah dalam menggunakannya.

Sebagai konsep desain Jogjakarta Mobile Phone Center :

Bentuk lebih diarahkan pada karakter simbolisme mobile phone bukan pada bentuk fisik mobile phone secara keseluruhan, tetapi bentuk yang tersamar sehingga orang akan lebih kreatif untuk memahami bentuk Jogjakarta Mobile Phone ini. Bahan material yang digunakan adalah penggabungan beton, baja dan kaca sebagai dinding, atap dan sebagian diekspos.Tekstur halus dan warna terang (mencolok) pada dinding untuk memberi kesan kontras dengan lingkungan sekitar sehingga dapat menjadi pusat perhatian.

2. Bagian menerus

Mobile phone selalu ada bagian yang menerus, tidak patah-patah atau tidak putus sehingga orang merasa mudah dan nyaman dalam menggunakannya.

Sebagai konsep desain dalam Jogjakarta Mobile Phone Center ini, bagian menerus diterapkan dengan penggunaan massa bangunan yang terdiri dari satu kesatuan massa yang di dalamnya terdiri atas ruang-ruang dan berbagai fasilitas yang mendukung fungsi bangunan.

3. Pemukaan transparan

Bagian dalam mobile phone, ada bagian *cashing* atau permukaan yang transparan seperti pada layar (LCD) atau bahkan ada jenis *cashing* yang seluruh permukaannya transparan sehingga komponen di dalamnya terlihat.

Sebagai konsep desain dalam Jogjakarta Mobile Phone Center ini permukaan transparan dengan memberikan dinding kaca pada arah timur dan selatan yang berorientasi pada jalan utama dan penggunaan atap melengkung dengan bahan *polycarbonate* atau *fiberglass.* Hal ini juga untuk mendukung konsep karakteristik simbolisme kebebasan.

4. Bagian Modular

Bagian yang merupakan pusat perhatian. Didalam mobile phone bagian modular seperti pada layar (LCD) yang merupakan bagian yang menjadi perhatian utama setiap pengguna mobile phone. Orang yang menggunakan mobile phone selalu memperhatikan bagian layar untuk dapat menggunakan mobile phone dengan benar.

Sebagai konsep desain bagian modular dalam Jogjakarta Mobile Phone Center diterapkan pada bagian sudut selatan atau timur dari denah, mengarah ke perempatan Ngabean. Hal ini dengan pertimbangan arah tersebut strategis atau mempunyai orientasi ke bangunan yang paling bagus dan dapat mengkomunikasikan bangunan sebagai bangunan komersial dan pusat perdagangan mobile phone sehingga menarik pengunjung untuk datang dan menikmati fasilitas bangunan. Untuk menjadikan bagian modular ini menjadi bagian yang paling menonjol dipasang *giant screen* pada sisi depan dinding bagian modular tersebut sehingga memberikan kemudahan komunikasi untuk mendukung fasilitas komersial juga untuk menujukkan bangunan yang berteknologi.

5. Bagian yang Repetitive

Mobile phone selalu membutuhkan *keypad* yang diatur berurutan dan bentuk berulang - ulang. Keypad dalam sebuah mobile phone selalu diatur dengan pola grid dengan bentuk dan ukuran yang hampir sama sehingga pengguna mudah dalam menggunakannya.

Sebagai konsep desain Jogjakarta Mobile Phone Center bagian repetitive ditunjukkan dengan pengaturan kolom-kolom berdasarkan pola grid sehingga memberi kemudahan dalam tata ruang dan sirkulasi. Pola grid juga digunakan dalam perencanaan bukaan jendela dan tempat iklan dengan ukuran yang sama dan berulang-ulang sehingga tertata dan pengunjung mudah dan nyaman dalam memanfaatkan fasilitas tersebut.

6. Bentuk Kurvatur

Mobile phone secara umum berbentuk kurva, tidak bersudut sehingga mobile phone nyaman jika dipegang atau digenggam oleh orang yang

menggunakan . Sebagai konsep desain Jogjakarta Mobile Phone Center ini bentuk denah khususnya pada selimut atau dinding luar pada bangunan mengarah pada bentuk kurvatur.

I.9. SISTEMATIKA

Sistematika penulisan dalam penyusunan perencanaan ini didasarkan pada lingkup pembahasan yang paling makro kearah yang paling mikro. Adapun urutannya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Mengungkapkan latar belakang diadakannya Jogjakarta Mobile Phone Center, permasalahan umum dan khusus, tujuan dan sasaran, metode pembahasan, lingkup pembahasan, sistematika penulisan, dan pembahasan dari permasalahan yang diketengahkan melalui pendekatan konsep desain dalam perencanaan dan perancangan Jogjakarta Mobile Phone Center berikut fasilitas pendukungnya serta tinjauan wilayah yang akan digunakan sebagai lokasi perencanaan.

BAB II Proses Perancangan

Berisi proses perancangan Jogjakarta Mobile Phone Center dengan perubahan - perubahan yang dilakukan serta alasan pertimbangan perubahan – perubahan dalam rancangan tersebut.

BAB III Hasil Perancangan

Berisi hasil perancangan berupa deskripsi fisik dan deskripsi operasional Jogjakarta Mobile Phone Center.

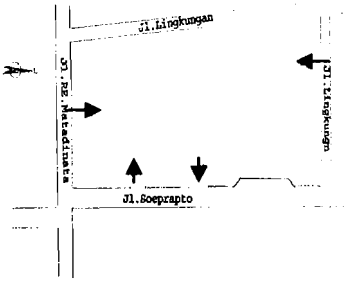
BAB II

PROSES PERANCANGAN

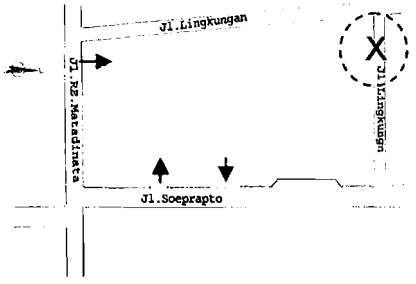
Proses perancangan Jogjakarta Mobile Phone Center ini sebagai berikut:

II.1. Penempatan Entrance

Penempatan entrance ke lokasi bangunan dalam konsep desain disediakan pada awalnya terdapat 4 entrance pada penerapan selanjutnya hanya 3 entrance, hal ini dengan pertimbangan sebagai berikut:



KONSEP AWAL



PENGEMBANGAN

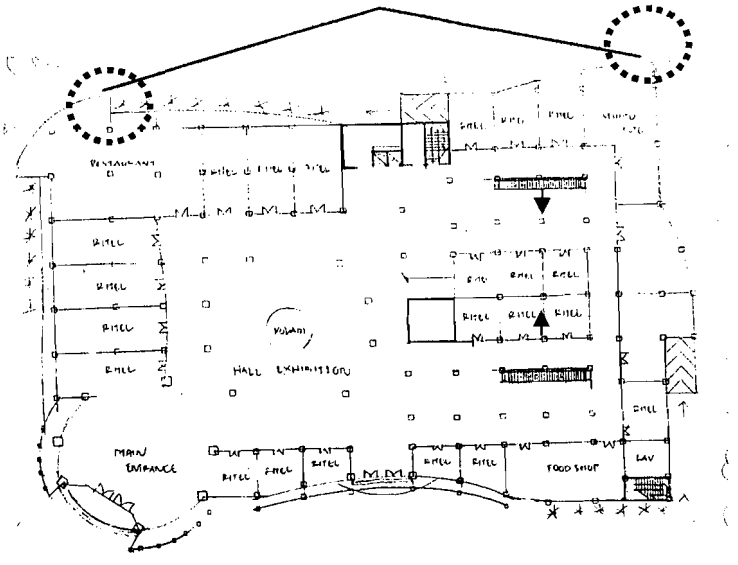
- Arah selatan dari JL. RE. Martadinata hanya untuk satu arah masuk saja. Perletakkan entrance lebih mendekati batas site arah barat . Hal ini dengan pertimbangan JL. RE. Martadinata mempunyai kemiringan 30 derajat kearah barat dan agar tidak terlalu dekat dengan perempatan Ngabean yang terdapat lampu lalu lintas *(traffic light)* sehingga sirkulasi masuk ke site tetap lancar.

- ~~Arah Timur dari JL. Let. Jend. Soeprapto tetap disediakan dua entrance,~~ satu untuk masuk dan satu untuk keluar. Hal ini dengan pertimbangan sirkulasi dari arah timur paling nyaman untuk masuk maupun keluar site
- Untuk arah utara entrance dari Jl. Kampung yang khusus untuk pengelola ditutup atau ditiadakan hal ini dengan pertimbangan kurang efektif karena jumlah pengelola yang tidak terlalu banyak dan akan mengganggu sirkulasi pada perumahan penduduk sekitar. Selain itu juga akan mengakibatkan *crossing* dengan sirkulasi kendaraan yang akan masuk ke lantai basement dari arah timur.

II. 2. Denah dan tata ruang dalam

Denah awal

Membentuk sudut

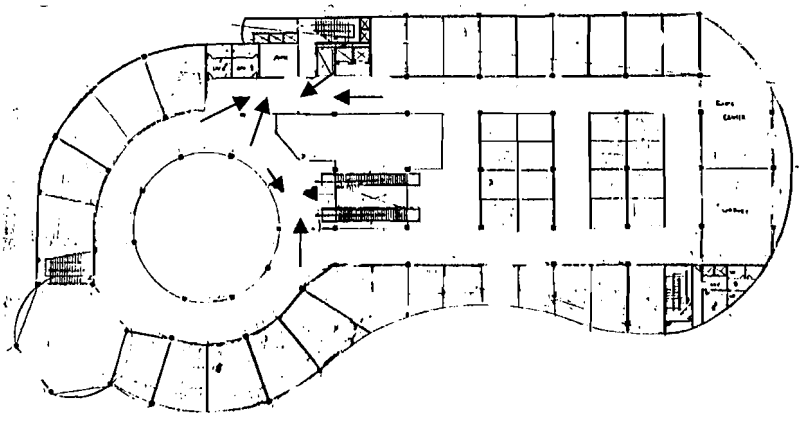


Pada denah ini pada dinding luar masih terdapat bagian yang membentuk sudut sehingga konsep visual mobile phone memiliki bentuk kurvatur belum terpenuhi.

Retail yang disediakan besaran ruangnya terlalu besar sehingga dari segi komersial untuk jangka pendek akan menjadi ruang yang kurang diminati oleh calon pengguna. Pola retail yang melebar menjadikan jumlah ruang lebih sedikit dan akan membutuhkan luasan ruang keseluruhan lebih besar sehingga dari segi komersial kurang mendukung.

Escalator yang dibuat terpisah antara *escalator* naik dengan *escalator* turun dan tidak saling berhubungan antara keduanya terasa kurang nyaman dan akan menyulitkan pengunjung.

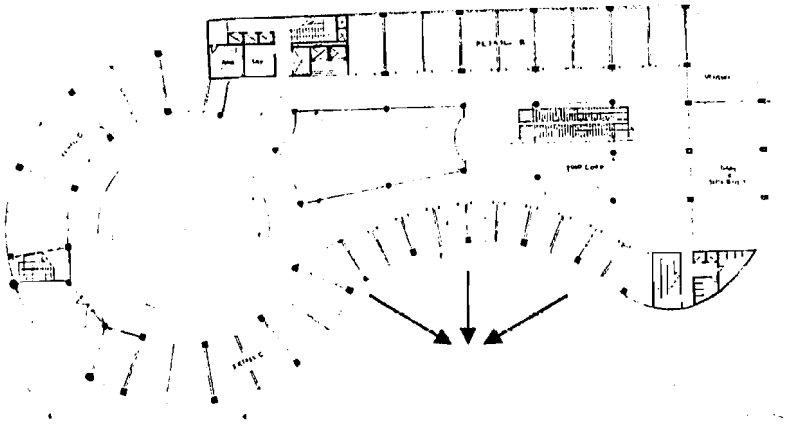
Pengembangan 1



Sebagai panerapan konsep visual mobile phone yaitu bentuk kurvatur menjadi pertimbangan penting sehingga pola denah dijadikan melengkung membentuk kurva. Ruang hall dan eksibisi saling berhubungan sehingga lebih fungsional baik dari faktor komersial maupun orientasi pengunjung.

Penempatan *lift* dan *escalator* pada satu titik yang berdekatan akan menjadikan sirkulasi menumpuk pada daerah tersebut sehingga penyebaran pengunjung menjadi tidak merata sehingga tidak mendukung faktor komersial. Retail – retail ukuran kecil yang ditempatkan dekat dengan ruang eksibisi dan *entrance* akan menjadi pusat perhatian pengunjung dan akan terjadi *crossing* sirkulasi pengunjung di daerah sekitar *entrance*. Penempatan retail – retail ukuran kecil tersebut kurang sesuai khususnya dari faktor komersial. Karena blok tersebut menjadi orientasi pengunjung sementara retail - retail kecil secara komersial nilai sewa lebih murah.

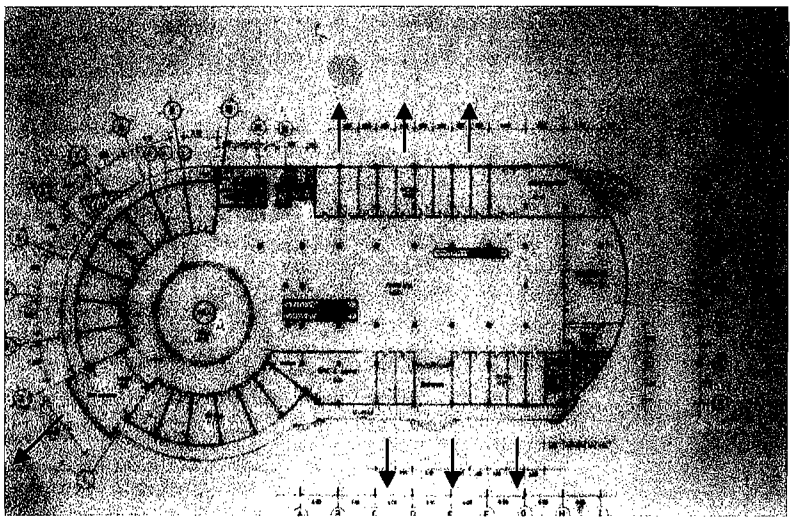
Pengembangan 2



Pada denah ini membentuk pola kurvatur. Namun bentuk denah yang terlalu melengkung tersebut menjadikan orientasi arah papan iklan luar kurang nyaman. Karena hanya terfokus membentuk satu tiik arah pandang sehingga kurang efektif. Retail kecil menjadi orientasi utama dari jalan utarna sementara arah selatan dan timur menggunakan dinding kaca, pada umumnya dalam penataan suatu ruang retail ukuran kecil, pengguna akan

memanfaatkan retail secara maksimal sehingga pada bagian belakang ruang retail akan dijadikan tempat menumpuk stok barang dagangan yang kurang tertata.. Hal ini berakibat jika dipandang dari luar bangunan atau jalan utama menjadi kurang bagus. Penempatan retail ukuran kecil pada lantai I tersebut kurang mendukung karena pengunjung akan melewati lantai I tersebut yang merupakan orientasi utama pengunjung sehingga dari segi komersial dan pengembangannya lantai I memiliki nilai komersial yang tinggi sementara retail kecil dari segi komersial lebih murah.

Pengembangan 3



Dengan pertimbangan faktor komersial yaitu tempat papan iklan, bentuk denah alternatif 3 dijadikan lebih sederhana dimana bagian yang melengkung pada sisi tengah denah dijadikan lurus sehinga penempatan papan iklan pada arah timur akan terarah dan berorientasi ke jalan utama sehingga dinding tidak terkesan monoton dan fasilitas papan iklan tersebut dapat dilihat atau dinikmati oleh orang yang melintas di jalan tersebut.

BAB III
HASIL RANCANGAN

III.1. Lokasi (Site)

Lokasi yang dipilih untuk bangunan Jogjakarta Mobile Phone Center ini berada di daerah Ngampilan, utara parkir wisata Ngabean Jogjakarta.

Kondisi tapak (site) mempunyai kelebihan :

- Berada di pusat keramaian kota dan di tepi jalan utama yaitu Jl. Let. Jend Soeprapto dan RE. Martadinata.
- Pencapaian lebih strategis karena dilalui jalur angkutan umum.
- Sebagai daerah pengembangan pusat perdagangan kota Jogjakarta.
- Peruntukan lahan saat ini adalah lahan kosong .
- Sarana Infrastruktur sangat memadai sehingga mendukung dalam pengolahan dan pembuangan limbah

Luas Site : +7000 m^2

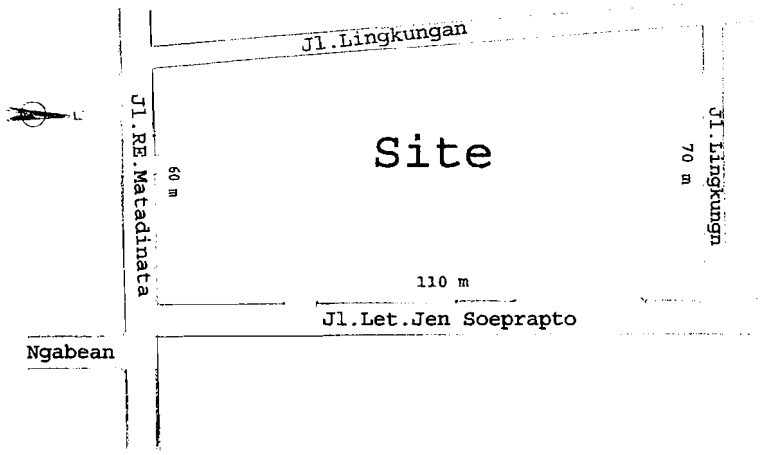
Batas Site sebagai berikut :

~ Batas utara : Perumahan penduduk

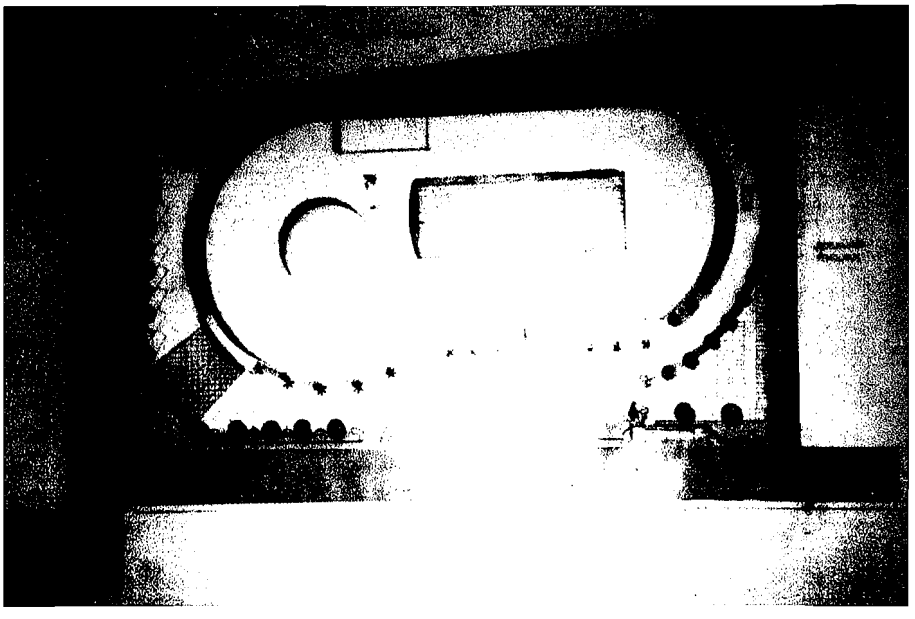
~ Batas Selatan : JL. RE. Martadinata

~ Batas TImur : JL. Let. Jend. Soeprapto

~ Batas Barat : Perumahan penduduk

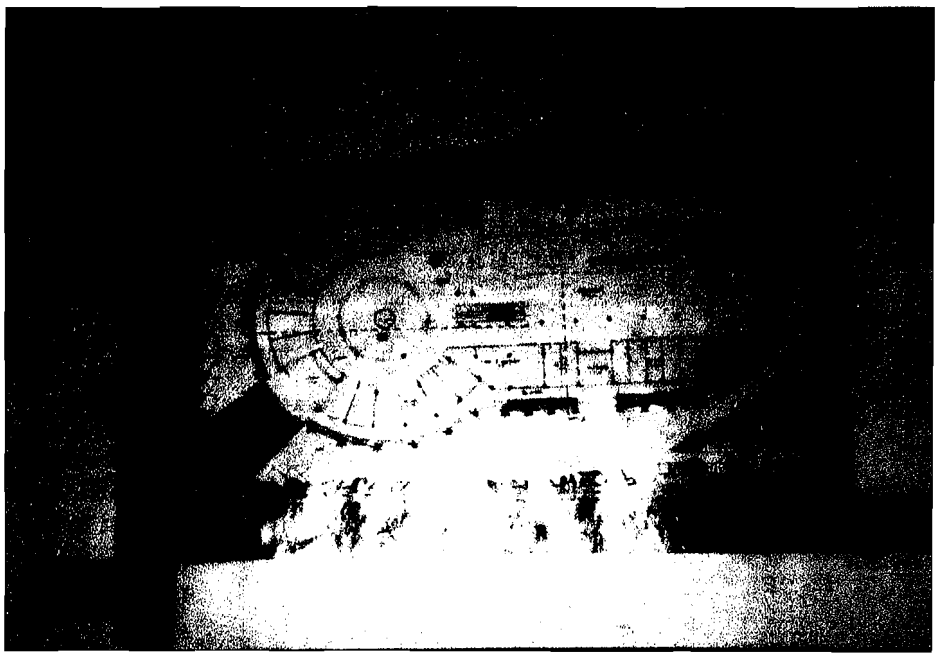


III.2. SITUASI



Situasi bangunan Jogjakarta Mobile Phone menerapkan konsep karakteristik simbolisme dan visual mobile phone dimana massa bangunan merupakan satu kesatuan massa yang utuh, berbentuk kurvatur dan massa menerus. Bagian yang menonjol atau modular diarahkan ke perempatan Ngabean yang merupakan arah orientasi yang padat dilewati oleh masyarakat. Sebagian atap menggunakan atap melengkung dengan bahan *polycarbonate* atau *fiberglass* yang ringan dan transparan Bentuk bangunan berbeda dengan bangunan sekitar sehingga menunjukkan kreativitas baru yang menjadi pusat perhatian sehingga mendukung nilai komersial bangunan dan kemudian akan meningkatkan nilai komersial kawasan sekitar.

III.3. SITE PLAN



a. Penempatan Entrance ke lokasi disediakan tiga entrance yaitu:

- Arah selatan dari JL. RE. Martadinata hanya untuk satu arah masuk saja. Perletakkan entrance lebih mendekati batas site arah barat . Hal ini dengan pertimbangan JL. RE. Martadinata mempunyai kemiringan 30 derajat kearah barat dan agar tidak terlalu dekat dengan perempatan Ngabean yang terdapat lampu lalulintas *(trafficlight)* sehingga sirkulasi masuk ke site tetap lancar.
- Arah Timur dari JL. Let. Jend. Soeprapto tetap disediakan dua entrance, satu untuk masuk dan satu untuk keluar. Hal ini dengan pertimbangan sirkulasi dari arah timur paling nyaman untuk masuk maupun keluar site

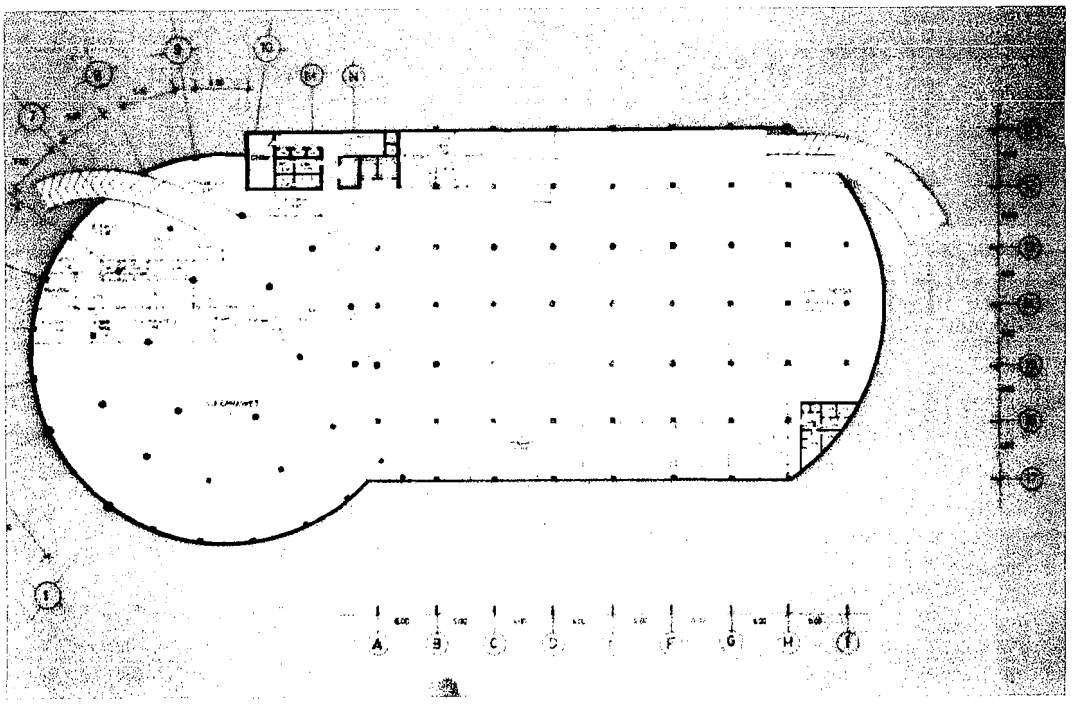
b. Pola sirkulasi disekitar tapak untuk arah utara dan barat dikelilingi oleh jalan lingkungan sebagai penghubung ke perumahan penduduk dan fasad bangunan dapat dinikmati secara keseluruhan walaupun bukan menjadi orientasi.

c. Sirkulasi untuk pejalan kaki disediakan trotoar di sekeliling site, pada arah menuju main entrance jalur pendistrian ditinggikan sehingga memberi arah ke bagian yang modular. Pejalan kaki yang menggunakan kendaraan umum disediakan halte dan dapat langsung menuju entrance bangunan melalui selasar.

d. Sekeliling site diberi batas dengan pembatas yang tegas tetapi lebih bersifat terbuka, berupa pagar yang pendek dan tanaman peneduh sebagai batas site. Sehingga masyarakat bebas untuk mengunjungi bangunan tersebut.

e. Tata lansekap yang digunakan berupa tanaman peneduh, pengarah sirkulasi, pelindung dan filter terhadap polusi serta barier untuk bagian tertentu yang harus tidak terlihat oleh umum sehingga berkesan familiar terhadap lingkungan.

3.4. Lantai Basement



Lantai basement difungsikan untuk ruang pengelola, ruang service, parkir dan Supermarket sebagai *anchor* atau magnet.

- Sirkulasi dan Parkir Kendaraan :

Sirkulasi pengendara kendaraan bermotor yang akan memarkir kendaraannya masuk melewati ramp arah utara kemudian dapat mengikuti jalur (anak panah) tersebut. Untuk parkir motor roda dua pada lantai basement hanya disediakan khusus untuk karyawan atau pengelola diletakkan di sisi utara. Sementara parkir mobil untuk pengelola dapat dilakukan di pinggir ruang supermarket atau dekat core tengah. Parkir untuk mobil atau truk barang dapat dilakukan di dekat core tengah dan dekat gudang supermarket yang khusus untuk stok barang Supermarket.

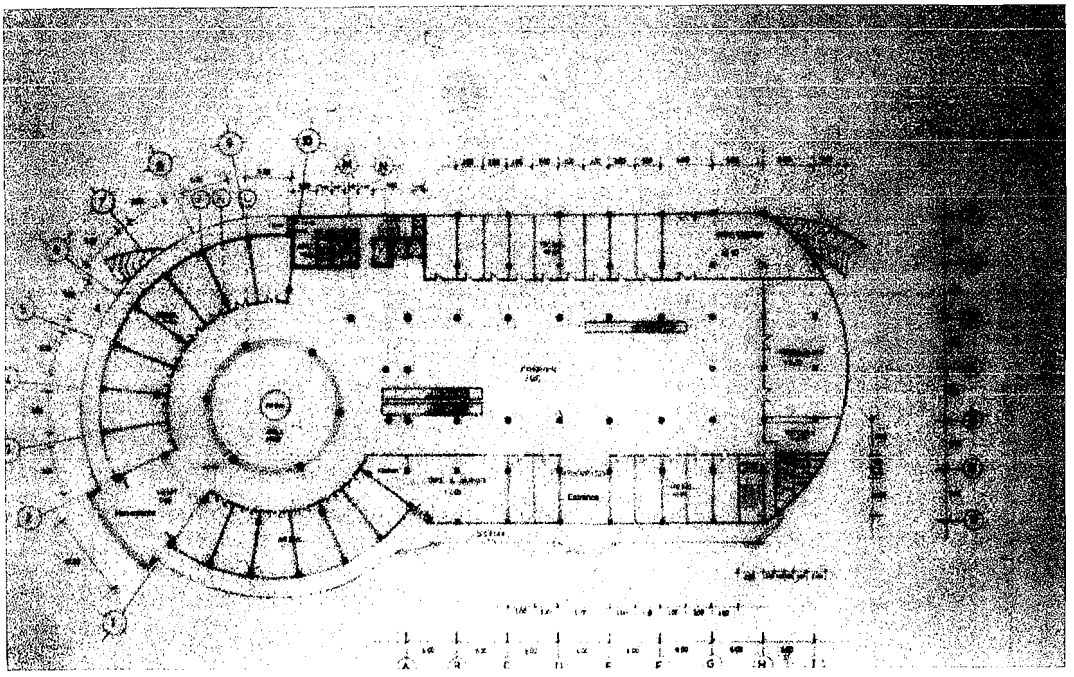
➢ Sirkulasi pengunjung setelah memarkir kendaraan disediakan trotoar sehingga tidak terganggu atau mengganggu sirkulasi kendaraan yang akan memarkir atau keluar basement. Pengunjung diarahkan untuk melewati Supermarket sebagai magnet dalam ruang basement tersebut sehingga dapat mendukung faktor komersial. Selain melewati ruang Supermarket pengunjung juga dapat melewati lift di core tengah atau tangga darurat di sudut utara.

➢ Supermarket :

Supermarket diletakkan di lantai basement dengan pertimbangan selain dikelola langsung oleh pengelola, ruang Supermarket menjadi magnet bagi pengunjung sehingga sirkulasi pengunjung dapat merata ke seluruh lantai. Ruang supermarket diberi dua pintu sebagai entrance. Satu pintu khusus untuk pengelola dan pintu satunya untuk pengunjung dari ruang parkir atau akan ke ruang parkir. Hal ini dengan pertimbangan agar pengunjung dapat dengan mudah untuk membawa barang belanjaan dari supermarket ke kendaraan yang mereka parkir. Pada ruang supermarket ini juga disediakan escalator turun dan naik . Hal ini untuk mempermudah sirkulasi pengunjung dari lantai I ke Basement atau sebaliknya dari Basement ke lantai I. Gudang Supermarket dibagi menjadi dua gudang satu sebagai gudang basah yang berfungsi menyimpan stok barang yang bersifat basah seperti daging, sayuran, buah dan sebagainya serta gudang yang satunya sebagai gudang kering yang berfungsi untuk menyimpan stock barang kering. Gudang diletakkan dekat dengan parkir sehingga mobil atau truk barang yang menyetok barang tidak terlalu jauh dalam pengangkutan.

➢ Jalur kendaraan untuk keluar dari parkir basement diarahkan melalui ramp arah selatan hal ini agar sirkulasi mengarah ke satu arah sehingga tidak terjadi crossing.

III.5. Lantai I



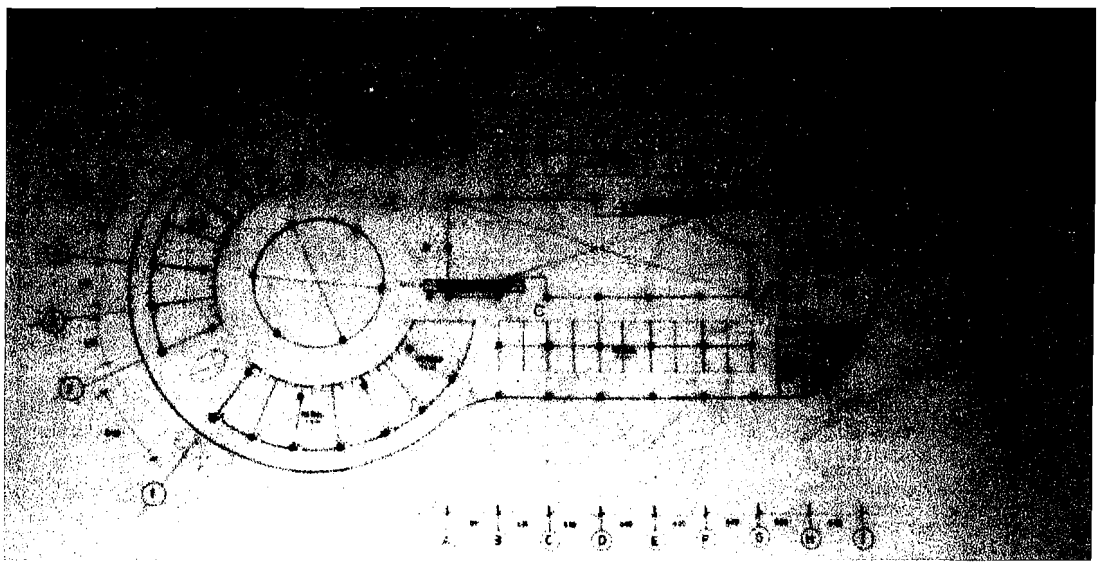
Lantai I difungsikan sebagai ruang publik dimana pusat orientasi pengunjung di arahkan ke ruang hall dan eksibisi. Hall dan ruang eksibisi saling berhubungan sehingga hall dapat difungsikan sebagai tempat untuk launching produk terbaru atau *launching* produk unggulan jika ruang eksibisi tidak mencukupi. Hall juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat hiburan yaitu dengan adanya kolam dan lansekap di tengah - tengah hall sehingga ruangan dapat untuk rekreasi dan bersantai bagi pengunjung jika tidak digunakan untuk launching.

Café dan Internet diletakkan di sisi timur dan diorientasikan ke arah luar bangunan dengan pemberian entrance khusus, hal ini dengan pertimbangan Café dan Internet tersebut dapat dibuka 24 jam sehingga

ketika bangunan tutup ruang Café dan Internet masih dapat dinikmati pengunjung, sehingga mendukung faktor komersial pada bangunan.

Restaurant dan Game Center diletakkan pada sisi utara yang berfungsi sebagai *anchor* atau magnet pada lantai I sehingga sirkulasi pengunjung merata .

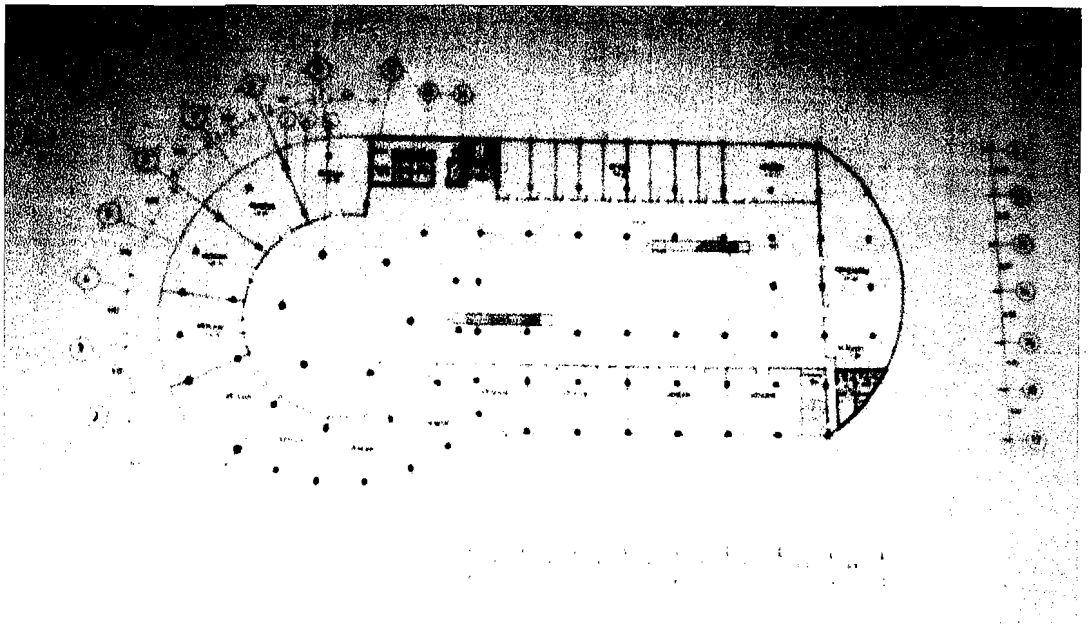
III.6. Lantai 2



Lantai II didominasi oleh retail - retail. Retail - retail tersebut diorientasikan ke luar dan ke dalam sehingga selain mendukung nilai komersial juga mendukung konsep kebebasan pada bangunan. Diorientasikan ke dalam dimana orientasi retail – retail diarahkan ke void Hall dan eksibisi sehingga dapat memperlihatkan pergerakan dan memberi suasana rekreasi dalam bangunan tersebut.

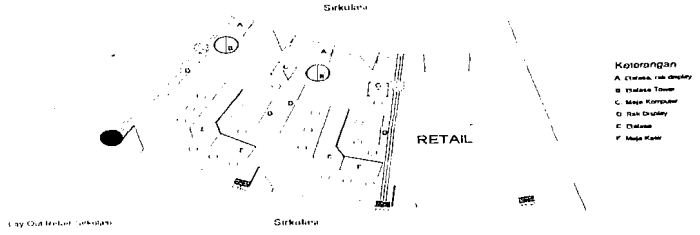
Orientasi ke luar dimana retail - retail di arahkan ke luar bangunan. Hal ini dengan pertimbangan pada arah timur dan selatan yang mengarah ke jalan utama dinding yang digunakan merupakan dinding kaca transparan. Sehingga view dalam bangunan harus bagus dilihat dari luar bangunan. Hal ini sebagai penerapan konsep kebebasan dalam berkomunikasi. Retail – retail pada lantai ini khususnya retail yang berukuran kecil dibatasi oleh skat yang fleksibel sehingga memungkinkan dalam pengembangan. Untuk sisi barat , dinding antara bukaan diberi papan display yang bersifat replaceable untuk menarik pengunjung serta sebagai pengarah sirkulasi. Book Shop dan Studio foto diletakkan disebelah utara sebagai magnet (*Anchor*). Di sebelah selatan diletakkan 2 vendor sebagai magnet sisi selatan dan tengah sehingga pada lantai II ini penyebaran pengunjung merata.

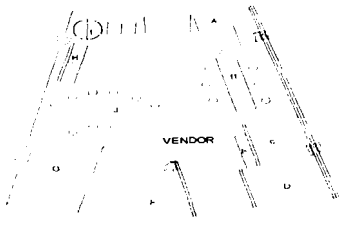
III.7. Lantai III

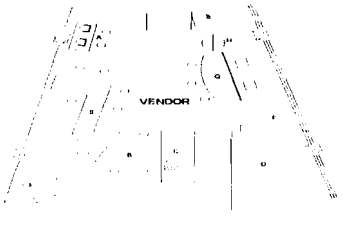


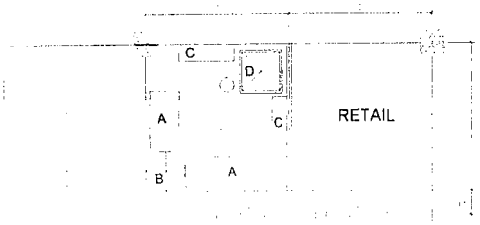
Pada lantai ini digunakan untuk vendor. Ruang vendor berukuran besar sehingga dalam penataan ruang memungkinkan orientasi ke dalam dan ke luar bangunan karena dinding pada arah timur dan selatan menggunakan kaca transparan dan sebagai penerapan konsep kebebasan. Sebelah utara dijadikan Cafetaria yang dijadikan magnet pada ruang ini sebagai langkah untuk penyebaran pengunjung sehingga nilai komersial bangunan merata.

Lay Out Retail







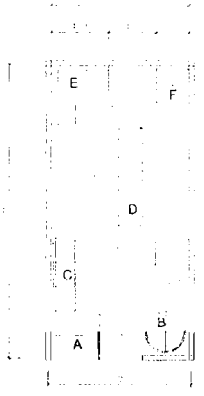


Sirkulasi

Lay Out Ruang 3x3m
Retail Sudut

Keterangan:

A. Etalase
B. Etalase Tower
C. Rak Display
D. Meja Kasir



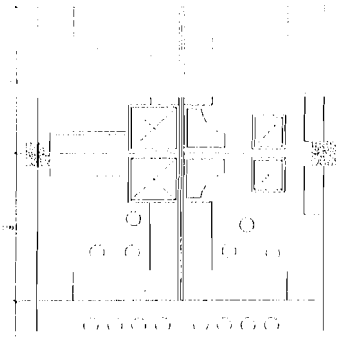
Lay Out Ruang 3x6m
(barat)

Keterangan:

A. Etalase, rak display
B. Etalase Tower
C. R. Tunggu
D. Etalase
E. Meja Komputer
F. Meja Kasir

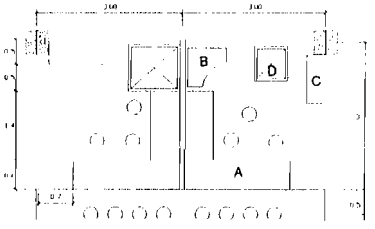


Sirkulasi



Sirkulasi

Lay Out Ruang 3x3m
(barat)



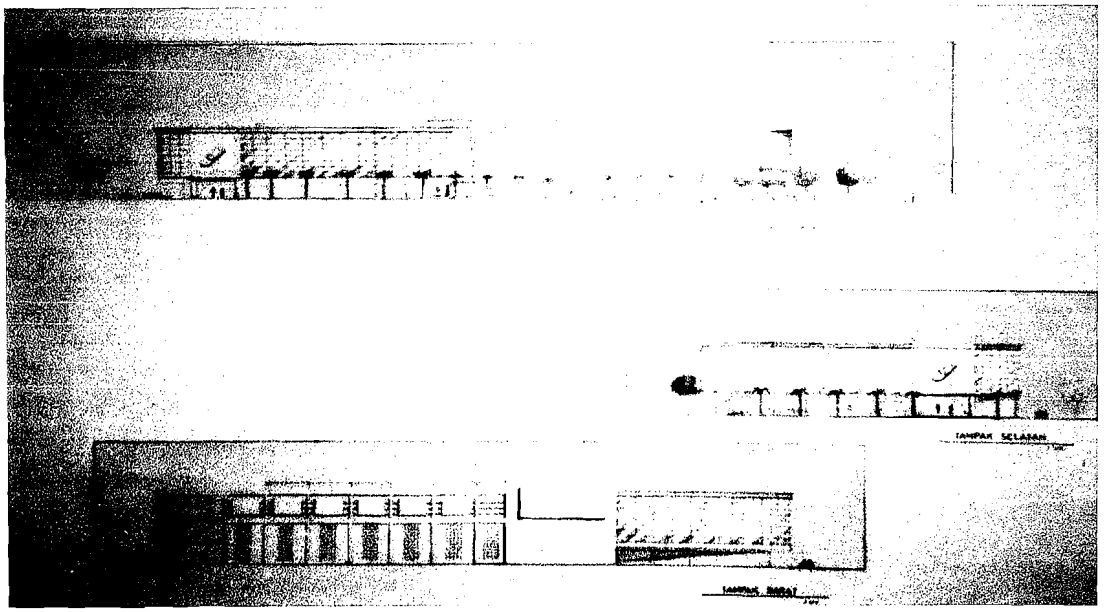
Sirkulasi

Lay Out Ruang 3x3m
(timur)

Keterangan:

A. Etalase
B. Etalase Tower
C. Rak Display
D. Meja Kasir

III.8. Tampak



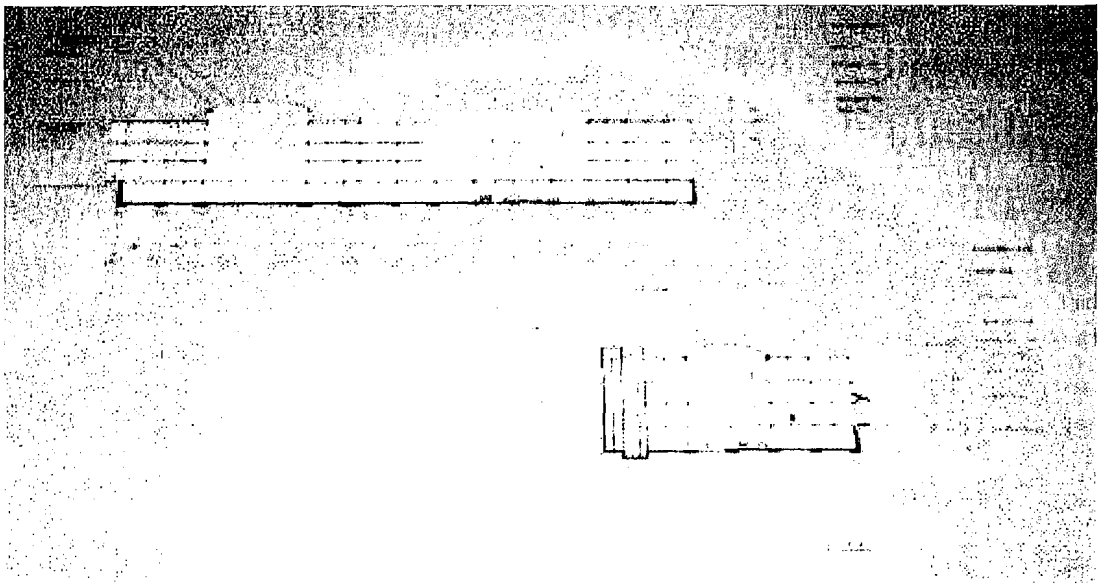
Bentuk fasad bangunan menerapkan karakteristik simbolisme mobile phone dimana mobile phone mulai kehilangan identitas bentuknya sehingga karakter simbolisme mobile phone pada fasad bangunan dibuat tersamar sehingga orang harus kreatif dalam memahaminya.

Bagian sudut yang berorientasi ke perempatan Ngabean merupakan bagian yang ditonjolkan sehingga pada bagian tersebut dijadikan main entrance pada bangunan. Untuk lebih memberi kesan menonjol di letakkan giant screen.

Arah timur diletakkan papan iklan agar tidak terkesan monoton dan mendukung nilai komersial. Dinding arah timur dan selatan menggunakan dinding kaca transparan sebagai penerapan konsep kebebasan berkomunikasi.

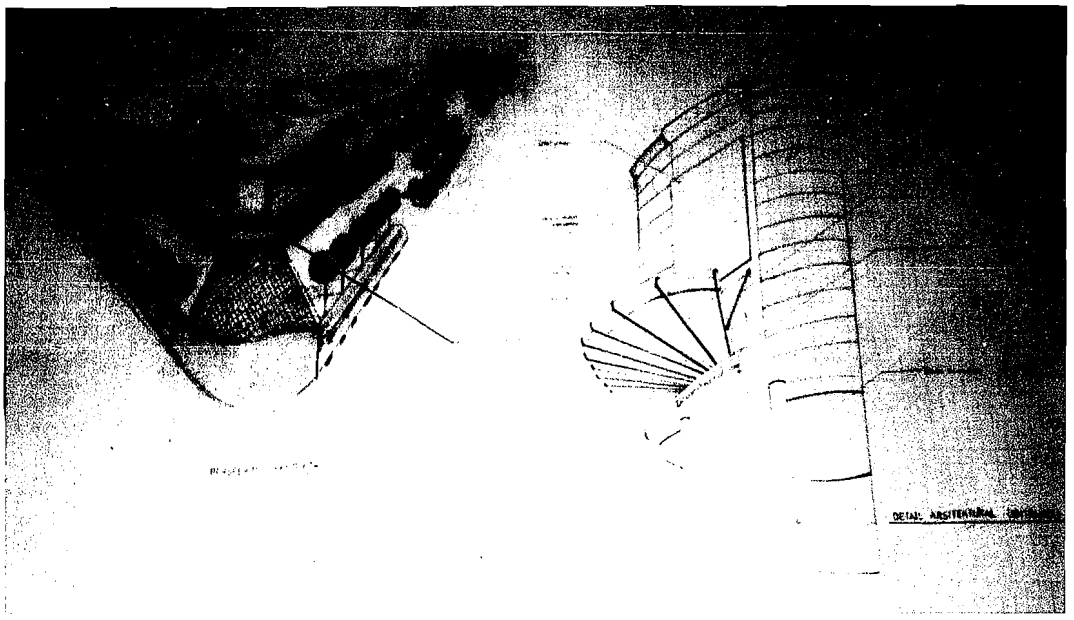
Arah barat kurang bagus untuk menjadi orientasi view dari dalam bangunan karena menghadap ke perumahan penduduk, sehingga sebagian besar dinding merupakan dinding beton dan difungsikan untuk penempelan papan iklan sehingga meningkatkan nilai komersial bangunan.

III.9. POTONGAN



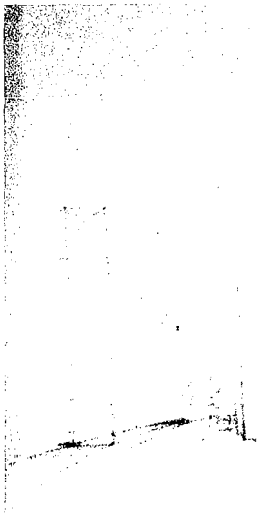
Struktur rangka bangunan menggunakan struktur rangka kaku dengan kolom beton yang diatur dengan pola grid. Konstruksi atap bangunan sebagian menggunakan konstruksi rangka atap baja dibuat melengkung dan diekspose dengan atap *polycarbonat / fiberglass* yang ringan. Atap pada selasar dan kanopi menggunakan rangka baja dan penutup atap fiberglass dengan sistem kabel (tarik) sebagai transformasi asessories mobile phone yang umumnya ditempel atau digantung .

III.10. Detail Arsitektural



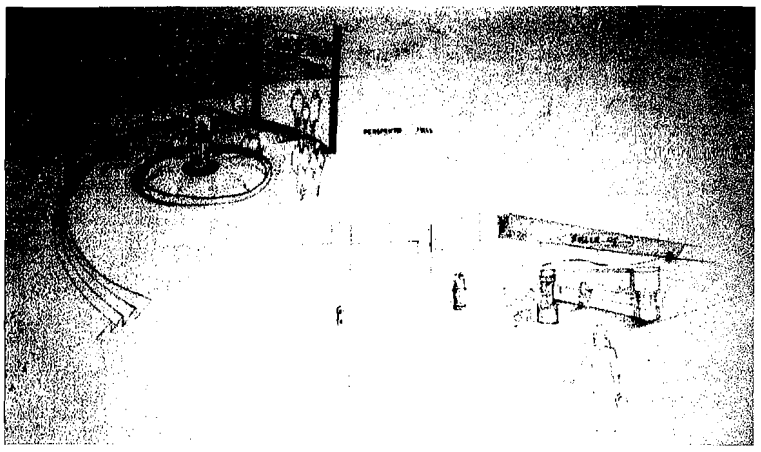
Detail pada *entrance* bangunan yang merupakan bagian yang ditonjolkan. Sirkulasi dibuat lebar, kanopi menggunakan rangka baja yang menggantung dan dinding kaca sebagai penerapan konsep kebebasan dan keterbukaan pada bangunan. Giant screen difungsikan sebagai fasilitas iklan yang memberi kesan menonjol sehingga bagian ini akan menjadi pusat perhatian

III.11. Detail



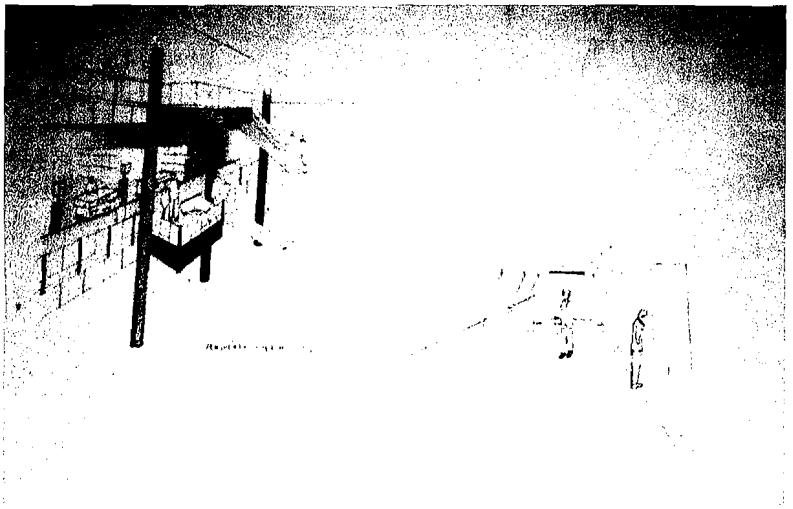
Dinding kaca dan pintu kaca menggunakan sistem semi *frameless* dimana bagian atas dan bagian bawah dinding kaca tersebut masih terdapat rangka alumunium.

III.12. PERSPEKTIF INTERIOR



A. Hall diletakkan dekat dengan *main entrance* sehingga ketika pengunjung masuk ke bangunan akan merasakan ruang yang luas dan merasakan kebebasan di dalamnya. Susana rekreasi dengan memberikan lansekap yaitu kolam ditengah *hall.* Kolom dan dinding sekitar *hall* diekspos dan dijadikan tempat iklan untuk mendukung nilai komersial.

B. Lift diletakkan di sisi barat sehingga tidak terjadi penumpukan pengunjung. Jogjakarta Mobile Phone ini juga dilengkapi dengan sistem pengaman khususnya terhadap bahaya kebakaran berupa tangga darurat sprinker, tabung, house rok dan sebagainya. Retail menggunakan pintu dan dinding kaca yang berorientasi ke hall/eksibisi dan dinding menggunakan warna yang cerah / mencolok.



C. Escalator

Untuk mempermudah sirkulasi pengunjung dalam bangunan disediakan escalator di sekitar ruang eksibisi. Peletakkan escalator dibuat terpisah sehingga penyebaran pengunjung dapat merata.

DAFTAR PUSTAKA

1. Toni Satriyantono, *Tantangan aplikasi wireless generasi 3 (3G)*, www.angkasa-online.com© 1998.
2. Buckingham, Simon, *"Success 4 SMS" White* Paper, www.yes2sms.com, 2001.
3. Dornan, Andy, *The Essential Guide to Wireless Communication Applications*, Prentice Hall Inc., NJ, 2001.
4. Y.B. Mangun Wijaya, Wastu Citra, *Pengantar Ilmu Budaya Bentuk Arsitektur, sendi-sendi, filosofi dan contoh-contoh praktis*, Gramedia, Jakarta, 1995.
5. Ernst Neufert, *Data Arsitek*, Erlangga, 1995.
6. Francis D.K.Ching, *Ilustrasi Desain Interior*, Erlangga, Jakarta,1996.
7. www.selular.com.
8. www.ericsson.co.id
9. www.nokia.com