

**SETURAN MIDTOWN PLAZA**

*Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan City Walk*

**SETURAN MIDTOWN PLAZA**

*Shopping Center Design With City Walk Approach*

**PROYEK AKHIR SARJANA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Arsitektur**



Disusun Oleh :

**Muhammad Rizky Suhri**

12512004

Dosen Pembimbing :

**Ir. Handoyotomo, MSA**

**JURUSAN ARSITEKTUR**

**FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2018**

Acknowledged by :



## LEMBAR PENGESAHAN

**Proyek Akhir Sarjana yang berjudul***Bachelor Final Project entitled :***SETURAN MIDTOWN PLAZA**

Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan City Walk

**SETURAN MIDTOWN PLAZA***Shopping Center Design With City Walk Approach***Oleh / By :****Nama Lengkap Mahasiswa: MUHAMMAD RIZKY SUHRI***Student's Full Name***Nomor Mahasiswa :****12512004***Student Identification Number***Telah diuji dan disetujui pada :***Has been evaluated and agreed on:***Yogyakarta, tanggal :****25 OKTOBER 2018***Yogyakarta, Date***Pembimbing :***Supervisor:***Penguji:***Jury*  
**Ir. Handoyotomo, MSA.**  
**Etik Mufida, Ir., M.Eng.**

Diketahui oleh :

  
**Ketua Program Studi S1 Arsitektur**  
*Head of Bachelor of Architecture Program*  
**Dr. Yulianto Prihatmaji, IPM., IAI**

## CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Berikut adalah penilaian buku laporan akhir Proyek Akhir Sarjana :

Nama Mahasiswa : **MUHAMMAD RIZKY SUHRI**  
Nomor Mahasiswa : **12.512.004**

JUDUL PROYEK AKHIR SARJANA :

**SETURAN MIDTOWN PLAZA**

Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan City Walk

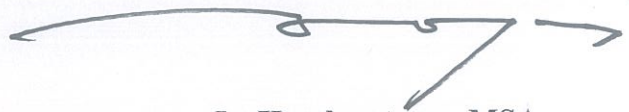
Kualitas Laporan Akhir PAS : **Kurang, Sedang, Baik, Baik Sekali \***

Sehingga **Direkomendasikan** / **Tidak Direkomendasikan \*** untuk menjadi acuan produk Proyek Akhir Sarjana.

\*) Mohon dilingkari

Yogyakarta, 25 Oktober 2018

Dosen Pembimbing



Ir. Handoyotomo, MSA.

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya menyatakan bahwa seluruh bagian karya ini adalah karya sendiri kecuali referensi yang telah disebutkan sumbernya, serta tidak ada bantuan dari pihak lain baik seluruhnya ataupun sebagian dalam proses pembuatannya. Saya juga menyatakan tidak ada konflik hak kepemilikan intelektual atas karya ini dan menyerahkan kepada Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia guna kepentingan pendidikan serta publikasi.

Yogyakarta, 25 Oktober 2018



**Muhammad Rizky Suhri**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Syukur, Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga karya proyek akhir sarjana ini dapat terselesaikan.*

*Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada bimbingan besar kita baginda Rasulullah Shallallahu 'alaihi wasallam, beserta para keluarga, sahabat, serta InShaaAllah sampai kepada kita semua yang tetap beristiqamah menjalankan Sunnah-Nya*

*Terimakasih untuk doa dan dukungan dari orang-orang terdekat dan turut semua pihak yang sudah membantu :*

Utama, untuk kedua orang tua tercinta :

**Bp. H. Suhri Hud, B.Eng, S.T, MM Dan Ibu. Yusnita S. Adam**

Serta saudara-saudaraku :

**Muhammad Albaar, Dr. Muhammad Sarmin S. Adam, S.STP., dan  
Muhammad Rafly Suhri**

Terimakasih sudah menjadi menjadi bagian terbesar dan terpenting dalam perjalanan, sehingga Proyek Akhir Sarjana ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan, dan semangatnya yang tidak pernah berhenti.

## PRAKATA

*Assalamu 'alaikum. Wr. Wb.*

Alhamdulillah Rabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam atas kemurahannya, kasih sayang, rahmat, karunia petunjuk serta pertolongan-Nya. Engkau yang selalu ada untuk hamba serta selalu memberikan kemampuan, kekuatan, ketabahan, kesabaran dan jalan kemudahan sehingga proyek akhir ini semata-mata adalah Rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan besar kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari jaman kegelapan menuju ke jaman yang terang benerang dan penuh rahmat.

Puji styukur, tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bantuan banyak pihak yang juga telah memberikan bantuan berupa bimbingan, motivasi, dorongan, dan masukan serta yang doa yang tak pernah henti. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Noor Cholis Idham, S.T, M.Arch, Ph.D** selaku Ketua Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia atas segalanya yang tak terhitung nilainya.
2. **Bapak Dr. Yulianto Prihatmaji, IPM, IAI** selaku Ketua Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.
3. **Bapak. Ir. Handoyotomo, MSA.** Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan berbagi dengan segenap pikirannya dalam membantu penulis guna menyelesaikan Proyek Akhir Sarjana ini.
4. **Ibu Etik Mufida, Ir., M.Eng,** selaku dosen penguji yang selalu bersedia memberikan masukan sehingga penulis dapat memahami kekurangan sehingga dapat memperbaikinya.
5. Segenap Dosen Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia yang telah berkenan membimbing kami semua, juga berkenan membagikan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki.

6. **Bapak. Dr. Revianto Budi Santosa**, atas segala solusi dalam mengatasi setiap kegelisahan yang penulis alami. Sekali lagi Terimakasih banyak.
7. Seluruh Staff Bagian Pengajaran, Unit Laboratorium, serta segenap karyawan Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia, terutama Pak Sarjiman dan Pak Denny atas segala kerjasama, bantuan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. **Kedua orang tua tercinta Bapak. Suhri Hud, B.Eng, S.T, MM dan Ibu Yusnita S. Adam** yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya, pembelajaran hidup yang bermanfaat, nasehat serta keceriaan dalam hidup penulis.
9. **Saudaraku Muhammad Raffly Suhri**, yang selalu memberikan doa dukungan dan motivasi yang luar biasa.
10. **Muhammad Albaar dan Dr. Sarmin S. Adam S.STP**, atas doa, dukungan, semangat, kerjasama, cinta dan kasih sayang, serta pembelajaran akan nilai kehidupan yang luar biasa.
11. Keluarga besar dari kedua orang tua penulis, atas segala semangat, motivasi, perhatian serta doa yang tulis dipanjatkan untuk saya sehingga bisa mencapai titik ini. Terkhusus untuk Keluarga Besar Sulaiman Adam, Oma Djabida & Raehan Kasim, serta Bapak Husni Samad.
12. Keluarga kecil di Arsitektur **UII (GABN x A2 x Brilian Game Center x Ruang Ketiga)**, Agung Parenrengi, Rizki Brillian Pagala, Abdilah Meiza, Verio Mei Adrianto, Romadhona Firmansyah, Dzul Ikraam Akmandha, Braga Octanady, Wisnu Hudaya Purnama, Naufal Abdul Jabbar, Donna Mulyo S, Muhammad Wildan, dan Fandi Firdaus, terimakasih atas dukungan yang tak pernah lepas, semangat yang tak pernah padam, dan doa yang tak pernah henti selama perkuliahan ini. Sekali lagi terimakasih atas segalanya, kalian luar biasa! Semoga sukses dengan jalan yang telah dipilih masing-masing. Panjang Umur Pertemanan!
13. **Rizki Brilian, Agung Parenrengi, Braga Octanady, Verio Mei, Abdilah Meiza, Wisnu Hudaya, Romadhona Firmansyah**, atas diskusi teras yang selalu berkelas. Gagasan besar akan menjadi nyata, InShaaAllah suatu saat akan terealisasi. Amiin.

14. **Keluarga Besar AMNEGA+** , Hendra Nasaruddin, Ridha Nasaruddin, Alfian Alting, Arya Wahid, Julfikar Badjo, Mahdi Ishak, Muzammil Tanassy, Saifullah Nidjar, Ilham Alimudin, Irfan Alimudin, Dwi Rian, El Islami, Hendra Pora, Sadly, Zulkifli M, Rizky Raechal, Vikar Kellyobas, Antot Pratama, Anggi Yusuf, Muchlis Parker, Rhandy Kamrulah, Rahmat Hidayat, Fahmi Hayoto, Satria Alamsyah, Iqbal Ohorella, Moch Subhan, Andi Bahri, Rizqi Pesik, Zulfikar Sangadji, Fina Umahuk, Dessy Damayanti, Viviyanti Rosalinda, Humaira Hanafi, Anita Sekar, Rima Istiqamah, atas segala pembelajaran bersama, perjuangan yang tak mengenal lelah, serta doa, semangat, dan motivasi penuh yang tak pernah padam ketika penulis sedang menempuh jalan panjang ini.
15. **Keluarga Arsitektur UII 2012** atas perjalanan singkat yang sangat berkesan dan tak bisa terulang lagi. Semoga silaturahmi tetap terjaga.
16. **Keluarga Besar Arsitektur UII**, untuk seluruh junior dan senior yang telah berkenan berbagi dan menjadi bagian hidup penulis.
17. **Diskoria Selekt**a atas pilihan irama disko dari generasi 80's - 90's yang selalu menemani saat masa sulit dan tetap terjaga di malam – malam yang panjang.
18. Seluruh pihak yang tidak sengaja terlewatkan dan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, saya ucapkan banyak terimakasih.

Semoga Allah melimpahkan Rahmat, Karunia, serta balasan yang lebih atas baik atas kebaikan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu proses Proyek Akhir Sarjana ini, Amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Oktober 2018  
Penulis

**Muhammad Rizk Suhri**

**Seturan Midtown Plaza****Shopping Center Design With City Walk Approach**

Muhammad Rizky Suhri

Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia

Email: rizkysuhri@gmail.com

**ABSTRACT**

*Seturan is an area that will continue to develop over time. Its existence leads to a need for public space that can be used to meet, tell stories, and become a market. The design of Citra Pata Seturan area was also present for the potential that the area have. Besides that, a stable investment condition also has an impact on the presence of commercial buildings in each region, and one of them is in the Citra Pata Seturan area which presents a Shopping Center. The currently time leads us to the existence of a shopping center that is no longer just a shopping center but also have functions as a public space where there are variety and unlimited of activities can be done. On one hand, there was a slight misinterpreting of define about City Walk, even there are a lot of people compared it to a mall. Whereas, it is substantially very different, considering that City Walk is an urban corridor that is surrounded by shops and there is an open space at each intersection. Therefore, the Midtown Plaza Seturan design uses the City Walk approach and the corridor becomes the main focus. This design has a fundamental conflict because City Walk certainly requires a small dimension of space and vice versa, in opposite, modern shopping centers are certainly required to be as efficient as possible. Furthermore, the scale and proportions are similarly important because this is the part that provides the spatial experience that is came from the perception of nuances. As a complement, the use of retractable skylights in the main corridor is expected to maximize the integration between inner and outer space so that the atmosphere of City Walk which is similar to urban space can be achieved.*

**Keywords:** Seturan, Shopping Center, City Walk, Corridor.

**Seturan Midtown Plaza****Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan City Walk**

Muhammad Rizky Suhri

Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia

Email: rizkysuhri@gmail.com

**ABSTRAKSI**

*Seturan merupakan kawasan yang akan terus menerus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Keberadaanya membawa pada sebuah kebutuhan akan ruang untuk publik yang bisa digunakan untuk bertemu, bercerita, dan berbelanja. Perancangan kawasan Citra Pata Seturan pun hadir atas potensi yang dimiliki dari daerah seturan itu sendiri. Disamping itu iklim investasi yang sedang stabil juga berdampak pada kehadiran bangunan komersial di setiap kawasan, salah satunya di kawasan Citra Pata Seturan yang menghadirkan Pusat Perbelanjaan. Perkembangan zaman membawa kita pada keberadaan pusat perbelanjaan yang tidak lagi hanya sebagai pusat perbelanjaan semata melainkan berfungsi sebagai ruang publik dimana ada ragam aktivitas dan tidak terbatas. Di satu sisi, terdapat sedikit kekeliruan dalam menafsirkan City Walk, bahkan tidak sedikit yang menyamakannya dengan sebuah mall. Padahal secara substansial sangat berbeda, mengingat City Walk merupakan sebuah koridor perkotaan yang dikelelilungi pertokoan dan terdapat ruang terbuka disetiap persimpangannya. Oleh karena itu perancangan Seturan Midtown Plaza ini menggunakan pendekatan City Walk dan koridor menjadi fokus utama. Perancangan ini memiliki konflik yang mendasar karena City Walk tentu membutuhkan dimensi ruang tidak kecil dan sebaliknya pusat perbelanjaan modern tentu dituntut untuk harus seefisien mungkin. Kemudian skala dan proporsi tak kalah penting karna bagian inilah yang memberikan pengalaman spasial yang lahir dari persepsi terhadap nuansa. Sebagai pelengkap, penggunaan retractable skylight pada koridor utama diharapkan untuk lebih memaksimalkan integrasi antara ruang dalam dan ruang luar sehingga suasana City Walk seperti di ruang perkotaan pun tercapai.*

**Kata Kunci:** Seturan, Pusat Perbelanjaan, City Walk.

## DAFTAR ISI

|                                                |             |
|------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                 | <b>I</b>    |
| <b>CATATAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>          | <b>II</b>   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>         | <b>III</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>IV</b>   |
| <b>PRAKATA .....</b>                           | <b>V</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                          | <b>VIII</b> |
| <b>ABSTRAKSI.....</b>                          | <b>IX</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>X</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>XV</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>XXII</b> |
| <b>BAB I.....</b>                              | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>    |
| 1.1 Judul Proyek Akhir Sarjana.....            | 1           |
| 1.2 Deskripsi Judul .....                      | 1           |
| 1.3 Latar Belakang Perancangan .....           | 3           |
| 1.3.1 Pertumbuhan Ekonomi Di Yogyakarta .....  | 3           |
| 1.3.2 Pertumbuhan Penduduk Di Yogyakarta ..... | 5           |
| 1.3.4 Perkembangan Seturan .....               | 7           |
| 1.4 Kesimpulan Latar Belakang .....            | 17          |

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1.5 Pernyataan Persoalan.....                                         | 18        |
| 1.6 Metoda Pemecahan Persoalan Permasalahan Perancangan Yang Diajukan | 18        |
| 1.7 Batasan .....                                                     | 21        |
| 1.8 Keaslian .....                                                    | 21        |
| 1.9 Kerangka Berfikir.....                                            | 23        |
| 1.10 Peta Persoalan.....                                              | 24        |
| <b>BAB II .....</b>                                                   | <b>25</b> |
| <b>KAJIAN TEMA PERANCANGAN .....</b>                                  | <b>25</b> |
| 2.1 Lokasi Perancangan.....                                           | 25        |
| 2.1.1 Profil Kawasan Perancangan (Rencana Pengembangan).....          | 26        |
| 2.1.2 Data Iklim Site.....                                            | 30        |
| 2.1.2.1 Kajian Site Terhadap Matahari.....                            | 30        |
| 2.1.2.2 Kajian Site Terhadap Angin .....                              | 33        |
| 2.1.3 Kajian Sirkulasi Dan Pola Pergerakan .....                      | 37        |
| 2.1.4 Kajian Skyline Lokasi Perancangan.....                          | 40        |
| 2.1.5 Kesimpulan Kajian Lokasi Perancangan.....                       | 40        |
| 2.2 Shopping Center / Lifestyle Center .....                          | 40        |
| 2.2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan atau Lifestyle Center .....       | 40        |
| 2.2.2 Fungsi Pusat Perbelanjaan.....                                  | 42        |
| 2.2.3 Fungsi Pendukung .....                                          | 43        |
| 2.2.4 Unsur Dalam Pusat Perbelanjaan .....                            | 44        |
| 2.2.5 Tipe Pusat Perbelanjaan .....                                   | 44        |
| 2.2.5.1 Menurut Jenis Fisik .....                                     | 44        |
| 2.2.5.2 Menurut validasi barang yang dijual .....                     | 45        |

|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.5.5 Menurut jenis barang yang dijual .....             | 47        |
| 2.2.6 Tipologi Pusat Perbelanjaan .....                    | 47        |
| 2.2.7 Sistem Sirkulasi Pada Lifestyle Center .....         | 49        |
| 2.2.9 Perencanaan Tata Letak Pusat Perbelanjaan .....      | 51        |
| 2.2.10 Pusat Perbelanjaan Sebagai Bangunan Komersial ..... | 54        |
| 2.2.12 Pelaku Kegiatan.....                                | 56        |
| 2.3 City Walk .....                                        | 61        |
| 2.3.1 Pengertian City Walk .....                           | 61        |
| 2.3.2 Sirkulasi City Walk .....                            | 62        |
| 2.3.3 Open Space Pada City Walk.....                       | 63        |
| 2.3.4 Ritel Pada City Walk.....                            | 64        |
| 2.3.3 Skala Dan Proporsi Ruang City Walk .....             | 72        |
| 2.3.4 Kenyamanan Termal Pada City Walk .....               | 81        |
| 2.4 Pencahayaan Alami Pada City Walk.....                  | 84        |
| 2.5 Pusat Perbelanjaan Dengan Karakter City Walk.....      | 87        |
| 2.4.1 Konsep City Walk Pada Pusat Perbelanjaan Modern..... | 87        |
| 2.4.2 Elemen City Walk Pada Pusat Perbelanjaan Modern..... | 88        |
| 2.4.2.1 Open Space Pada Pusat Perbelanjaan.....            | 88        |
| 2.5 Studi Preseden City Walk Pada Pusat Perbelanjaan.....  | 92        |
| <b>BAB III.....</b>                                        | <b>96</b> |
| <b>PENYELESAIAN PERSOALAN PERANCANGAN .....</b>            | <b>96</b> |
| 3.1 Tata Ruang dan Sirkulasi .....                         | 97        |
| 3.1.1 Analisis Kegiatan Pengguna Terhadap Pergerakan.....  | 97        |
| 3.1.2 Analisis Kebutuhan Ruang .....                       | 98        |

|                                                                                           |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.1.3 Analisis Ruang Terkait Skala – Proporsi City Walk Serta Kenyamanan Pergerakan ..... | 104        |
| 3.1.4 Analisis Besaran Ruang.....                                                         | 108        |
| 3.1.5 Analisis Hubungan dan Organisasi Ruang.....                                         | 113        |
| 3.2 Pemecahan Persoalan Aksesibilitas dan Sirkulasi.....                                  | 118        |
| 3.2.1 Analisis Aksesibilitas dan Sirkulasi Menuju Tapak .....                             | 118        |
| 3.2.2 Analisis Sirkulasi Dalam Bangunan .....                                             | 120        |
| 3.2.3 Analisis Kebutuhan Parkir .....                                                     | 121        |
| 3.3 Pemecahan Persoalan Bentuk Massa Bangunan .....                                       | 124        |
| 3.3.1 Analisis Zoning Ruang.....                                                          | 124        |
| 3.3.2 Konsep Massa Bangunan Berdasarkan Orientasi Arah Angin.....                         | 125        |
| 3.4 Pemecahan Persoalan Pencahayaan Dan Penghawaan Alami Pada Koridor Utama.....          | 128        |
| 3.5 Pemecahan Persoalan Skala dan Proporsi City Walk.....                                 | 130        |
| 3.5.1 Ruang Luar .....                                                                    | 130        |
| 3.5.2 Ruang Dalam.....                                                                    | 132        |
| 3.6 Pemecahan Permasalahan Komersialisasi Pusat Perbelanjaan.....                         | 132        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                                       | <b>136</b> |
| <b>KONSEP PERANCANGAN .....</b>                                                           | <b>136</b> |
| 4.1 Konsep Bentuk dan Massa Bangunan .....                                                | 136        |
| 4.2 Konsep Tata Ruang dan Sirkulasi .....                                                 | 139        |
| 4.3 Perbandingan Alternatif Perancangan .....                                             | 147        |
| 4.4 Uji Desain.....                                                                       | 161        |
| <b>BAB V.....</b>                                                                         | <b>163</b> |
| <b>DESKRIPSI HASIL RANCANGAN .....</b>                                                    | <b>163</b> |

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| 5.1 Spesifikasi Proyek .....                                  | 163        |
| 5.2 Draft Skematik.....                                       | 163        |
| 5.2.1 Situasi .....                                           | 164        |
| 5.2.2 Siteplan .....                                          | 165        |
| 5.2.3 Denah.....                                              | 166        |
| 5.2.4 Tampak .....                                            | 168        |
| 5.2.5 Potongan .....                                          | 168        |
| 5.2.6 Perspektif Eksterior .....                              | 170        |
| 5.2.7 Perspektif Interior .....                               | 171        |
| 5.2.8 Rancangan Selubung Bangunan .....                       | 172        |
| 5.2.9 Rancangan Sistem Utilitas.....                          | 172        |
| 5.2.10 Rancangan Sistem Difabel dan Keselamatan Bangunan..... | 173        |
| 5.2.11 Rancangan Detail Arsitektural Khusus .....             | 173        |
| 5.2.12 Rancangan Sistem Struktur .....                        | 174        |
| <b>BAB VI .....</b>                                           | <b>175</b> |
| <b>EVALUASI HASIL RANCANGAN .....</b>                         | <b>175</b> |
| VI.1 Ramp difabel di entrance (barrier free design).....      | 175        |
| VI.2 Peruntukkan Retail Sebagai Penunjang City Walk .....     | 176        |
| VI.3 Retail Guideline .....                                   | 178        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                   | <b>181</b> |
| BUKU.....                                                     | 181        |
| ARTIKEL / INTERNET .....                                      | 182        |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                          | <b>183</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1. 1</b> Bangunan Komersil Di Sekitar Site.....                 | 8  |
| <b>Gambar 1. 2</b> Citra Pata Seturan .....                               | 13 |
| <b>Gambar 1. 3</b> Kerangka Berfikir .....                                | 23 |
| <b>Gambar 1. 4 Peta Persoalan</b> .....                                   | 24 |
| <br>                                                                      |    |
| <b>Gambar 2. 1</b> Site Perancangan.....                                  | 25 |
| <b>Gambar 2. 2 Citra Pata Seturan</b> .....                               | 26 |
| <b>Gambar 2. 3</b> Citra Pata Seturan .....                               | 27 |
| <b>Gambar 2. 4</b> Land Use Ratio .....                                   | 28 |
| <b>Gambar 2. 5</b> Land Use Ratio .....                                   | 29 |
| <b>Gambar 2. 6</b> Sudut kritis matahari terhadap site perancangan .....  | 30 |
| <b>Gambar 2. 7</b> Sudut Altitude pada bulan Juni.....                    | 31 |
| <b>Gambar 2. 8</b> Sudut Altitude pada bulan Desember .....               | 32 |
| <b>Gambar 2. 9</b> Hasil simulasi radiasi sinar matahari .....            | 32 |
| <b>Gambar 2. 10</b> Total rata-rata bayangan jatuh per tahun .....        | 33 |
| <b>Gambar 2. 11</b> Rata-rata kecepatan angin selama 1 tahun.....         | 34 |
| <b>Gambar 2. 12 Kecepatan, kelembapan, dan suhu angin rata-rata</b> ..... | 35 |
| <b>Gambar 2. 13</b> Orientasi Bangunan .....                              | 35 |
| <b>Gambar 2. 14</b> Analisis Aliran udara pada site .....                 | 36 |
| <b>Gambar 2. 15</b> Citra Pata Seturan .....                              | 37 |
| <b>Gambar 2. 16</b> Citra Pata Seturan .....                              | 38 |
| <b>Gambar 2. 17</b> Citra Pata Seturan .....                              | 38 |
| <b>Gambar 2. 18</b> Citra Pata Seturan .....                              | 39 |

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 2. 19</b> Skyline Citra Pata Seturan Section 1 (Skyways 1).....                        | 40 |
| <b>Gambar 2. 20</b> Skyline Citra Pata Seturan Section 2 (Skyways 2).....                        | 40 |
| <b>Gambar 2. 21</b> Fungsi Lifestyle Center.....                                                 | 43 |
| <b>Gambar 2. 22</b> Sistem Perbelanjaan Terbuka .....                                            | 48 |
| <b>Gambar 2. 23</b> Sistem Perbelanjaan tertutup .....                                           | 48 |
| <b>Gambar 2. 24</b> Sistem Perbelanjaan Terpadu .....                                            | 49 |
| <b>Gambar 2. 25</b> Sistem Sirkulasi Banyak Koridor .....                                        | 50 |
| <b>Gambar 2. 26</b> Sistem Sirkulasi Plaza .....                                                 | 50 |
| <b>Gambar 2. 27</b> Susunan Layout Denah Pusat Perbelanjaan.....                                 | 51 |
| <b>Gambar 2. 28</b> Susunan Multi Level Potongan Pusat Perbelanjaan .....                        | 52 |
| <b>Gambar 2. 29</b> Skema Kegiatan Pengunjung Mal .....                                          | 57 |
| <b>Gambar 2. 30</b> Skema Kegiatan Penyewa Mal .....                                             | 57 |
| <b>Gambar 2. 31</b> Skema Kegiatan Pengelola / Pemilik Mal .....                                 | 58 |
| <b>Gambar 2. 32</b> Elemen City Walk .....                                                       | 61 |
| <b>Gambar 2. 33</b> Koridor pada City Walk.....                                                  | 62 |
| <b>Gambar 2. 34</b> Hinge Park sebagai Open Space (Kiri). Sumber : Slideshare (2017)<br>.....    | 63 |
| <b>Gambar 2. 35</b> Topotek Park sebagai Urban Space (Kanan). Sumber : coolhunter<br>(2017)..... | 63 |
| <b>Gambar 2. 36</b> Konfigurasi Bentuk Bangunan Pusat Perbelanjaan .....                         | 66 |
| <b>Gambar 2. 37</b> Spatial Leaks.....                                                           | 67 |
| <b>Gambar 2. 38</b> Penataan Bangunan yang tidak menciptakan enclosure .....                     | 68 |
| <b>Gambar 2. 39</b> Central Space .....                                                          | 68 |
| <b>Gambar 2. 40</b> Ruang Utama dan Sub ruang menciptakan fokus.....                             | 69 |
| <b>Gambar 2. 41</b> Terbuka memusat.....                                                         | 70 |

|                                                                               |        |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------|
| <b>Gambar 2. 42</b> Ruang terbuka yang menjadi fokus .....                    | 70     |
| <b>Gambar 2. 43</b> Ruang linier .....                                        | 71     |
| <b>Gambar 2. 44</b> Ruang linier organik .....                                | 71     |
| <b>Gambar 2. 45</b> Wind Mill Layout .....                                    | 75     |
| <b>Gambar 2. 46</b> Open Corners .....                                        | 76     |
| <b>Gambar 2. 47</b> Closed Corners .....                                      | 76     |
| <b>Gambar 2. 48</b> Ruang diantara pertokoan .....                            | 78     |
| <b>Gambar 2. 49</b> Rasio tinggi dan lebar bangunan.....                      | 79     |
| <b>Gambar 2. 50</b> Jarak pandang manusia terhadap objek sekitar.....         | 80     |
| <b>Gambar 2. 51</b> Komponen cahaya langit yang sampai pada bidang kerja..... | 85     |
| <b>Gambar 2. 52</b> Rekomendasi tingkat pencahayaan tata ruang.....           | 86     |
| <b>Gambar 2. 53</b> Tipikal potongan trotoar pada area komersial .....        | 89     |
| <b>Gambar 2. 54</b> Tipikal Furnishings Zone.....                             | 90     |
| <b>Gambar 2. 55</b> Tipikal zona pedestrian pada sidewalk koridor .....       | 91     |
| <b>Gambar 2. 56</b> Perbandingan kemiringan pada pedestrian yang nyaman.....  | 91     |
| <b>Gambar 2. 57</b> Rasio tinggi dan lebar bangunan.....                      | 92     |
| <b>Gambar 2. 58</b> Cihampelas Walk.....                                      | 93     |
| <b>Gambar 2. 59</b> Midtown Mall, Tokyo.....                                  | 94     |
| <b>Gambar 2. 60</b> Wafi Mall.....                                            | 95     |
| <br><b>Gambar 3. 1</b> Pola aktivitas pengguna pada pusat perbelanjaan.....   | <br>97 |
| <b>Gambar 3. 2</b> Pola aktivitas penyewa pada pusat perbelanjaan .....       | 98     |
| <b>Gambar 3. 3</b> Pola aktivitas pengelola pada pusat perbelanjaan.....      | 98     |
| <b>Gambar 3. 4</b> Standar ruang gerak manusia.....                           | 105    |

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gambar 3. 5</b> Rekomendasi dimensi koridor .....                              | 106 |
| <b>Gambar 3. 6</b> Anchor Tenant dan Secondary Tenant .....                       | 106 |
| <b>Gambar 3. 7</b> Jarak pandang manusia terhadap objek .....                     | 107 |
| <b>Gambar 3. 8</b> Ilustrasi lingkungan sekitar terhadap lingkungan sekitar ..... | 108 |
| <b>Gambar 3. 9</b> Ruang terbuka pada persimpangan koridor .....                  | 108 |
| <b>Gambar 3. 10</b> Struktur Organisasi Mall .....                                | 111 |
| <b>Gambar 3. 11</b> Besaran Ruang Pengelola, Servis dan Penunjang.....            | 112 |
| <b>Gambar 3. 12</b> Skema Sirkulasi (Koridor Utama) .....                         | 114 |
| <b>Gambar 3. 13</b> Skema Sirkulasi .....                                         | 115 |
| <b>Gambar 3. 14 Skema Penataan Koridor dan Pertokoan</b> .....                    | 115 |
| <b>Gambar 3. 15</b> Hirarki Ruang .....                                           | 116 |
| <b>Gambar 3. 16</b> Matriks Hubungan Kedekatan Ruang.....                         | 117 |
| <b>Gambar 3. 17</b> Organisasi Ruang.....                                         | 118 |
| <b>Gambar 3. 18</b> Zoning / Peruntukkan Massa .....                              | 119 |
| <b>Gambar 3. 19</b> Akses pada site .....                                         | 120 |
| <b>Gambar 3. 20</b> .....                                                         | 121 |
| <b>Gambar 3. 21</b> Zoning Ruang .....                                            | 124 |
| <b>Gambar 3. 22</b> Skema Organisasi Ruang.....                                   | 125 |
| <b>Gambar 3. 23</b> Analisis aliran udara .....                                   | 126 |
| <b>Gambar 3. 24 Analisis aliran udara</b> .....                                   | 126 |
| <b>Gambar 3. 25</b> Analisis Drag Aerodinamika .....                              | 127 |
| <b>Gambar 3. 26</b> Metal – Glass Skylight .....                                  | 129 |
| <b>Gambar 3. 27</b> Retractable Skylight.....                                     | 129 |
| <b>Gambar 3. 29</b> Skema perbandingan rasio $D/H > 1$ .....                      | 130 |

|                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gambar 3. 30</b> Penerapan Rasio $1 > 2$ .....                                                 | 132 |
| <b>Gambar 3. 31</b> Skema Komersialisasi Pusat Perbelanjaan .....                                 | 133 |
| <b>Gambar 3. 32</b> Skema penerapan aspek komersialisasi .....                                    | 134 |
| <b>Gambar 3. 33</b> Presentasi komersialisasi ruang .....                                         | 135 |
| <br>                                                                                              |     |
| <b>Gambar 4. 1</b> Transformasi Gubahan Masa .....                                                | 138 |
| <b>Gambar 4. 2</b> Elemen City Walk Pada Site.....                                                | 139 |
| <b>Gambar 4. 3</b> Denah Ground.....                                                              | 140 |
| <b>Gambar 4. 4</b> Rasio Perbandingan $D / H = 1 > 2$ .....                                       | 141 |
| <b>Gambar 4. 5</b> Rasio Perbandingan $D / H = 1 > 2$ .....                                       | 142 |
| <b>Gambar 4. 6</b> Skema sistem struktur pada bangunan .....                                      | 142 |
| <b>Gambar 4. 7</b> Skema Utilitas Bangunan.....                                                   | 143 |
| <b>Gambar 4. 8</b> Skema Sirkulasi .....                                                          | 144 |
| <b>Gambar 4. 9</b> Site Plan Citra Pata Seturan .....                                             | 144 |
| <b>Gambar 4. 10</b> Tampak Bangunan .....                                                         | 145 |
| <b>Gambar 4. 11</b> Alternatif Gubahan Massa Sebelum .....                                        | 147 |
| <b>Gambar 4. 12</b> Alternatif Gubahan Massa Sesudah .....                                        | 148 |
| <b>Gambar 4. 13</b> Penjelasan detail gubahan massa .....                                         | 149 |
| <b>Gambar 4. 14</b> Koridor Ruang Dalam dan Ruang Luar Sebelum .....                              | 150 |
| <b>Gambar 4. 15</b> Koridor Ruang Dalam dan Ruang Luar Sesudah.....                               | 150 |
| <b>Gambar 4. 16</b> Koridor ruang dalam dan Penghubung yang juga berfungsi sebagai entrance ..... | 152 |
| <b>Gambar 4. 17</b> Perbandingan Open Space sebelum dan sesudah.....                              | 153 |
| <b>Gambar 4. 18</b> Detail Plaza .....                                                            | 154 |

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gambar 4. 19</b> Respon terhadap angin pada komposisi gubahan alternatif pertama .....    | 155 |
| <b>Gambar 4. 20</b> Simulasi Angin (atas) dan Rekomendasi Ecotect .....                      | 156 |
| <b>Gambar 4. 21</b> Simulasi Angin Pada Alternatif Terakhir .....                            | 156 |
| <b>Gambar 4. 22</b> Simulasi Kenyamanan Daylighting dan Radiasi Panas Sinar Matahari .....   | 158 |
| <b>Gambar 4. 23</b> Simulasi Radiasi Panas (Atas) dan Gambaran Komposisi Massa (Bawah) ..... | 158 |
| <b>Gambar 4. 24</b> Orientasi bangunan serta rekomendasi dari ecotect .....                  | 159 |
| <b>Gambar 4. 25</b> Ilustrasi suasana koridor serta penggunaan retracble skylight....        | 160 |
| <b>Gambar 4. 26</b> Blue Ocean Analysis Strategy .....                                       | 161 |
| <br>                                                                                         |     |
| <b>Gambar 5. 1</b> Situasi .....                                                             | 164 |
| <b>Gambar 5. 2</b> Site Plan .....                                                           | 165 |
| <b>Gambar 5. 3</b> Denah Ground Floor .....                                                  | 166 |
| <b>Gambar 5. 4</b> Denah Roof Top .....                                                      | 167 |
| <b>Gambar 5. 5</b> Tampak Utara .....                                                        | 168 |
| <b>Gambar 5. 6</b> Potongan Interior Koridor Utama .....                                     | 169 |
| <b>Gambar 5. 7</b> Perspektif Eksterior .....                                                | 170 |
| <b>Gambar 5. 8</b> Perspektif Innercourt .....                                               | 170 |
| <b>Gambar 5. 9</b> Perspektif Interior .....                                                 | 171 |
| <b>Gambar 5. 10</b> Potongan Interior & Detail Selubung .....                                | 172 |
| <b>Gambar 5. 11</b> Detail Ramp DIfabel .....                                                | 173 |
| <b>Gambar 5. 12</b> Detail Retractable Skylight .....                                        | 174 |
| <b>Gambar 5. 13</b> Aksonometri Struktur .....                                               | 174 |

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gambar 6. 1 Detail Ramp</b> .....                    | 175 |
| <b>Gambar 6. 2 Denah Ground Floor</b> .....             | 177 |
| <b>Gambar 6. 3 Vending Machine</b> .....                | 177 |
| <b>Gambar 6. 4 Suasana Koridor Penulis (2018)</b> ..... | 179 |
| <b>Gambar 6. 5 Retail Facade</b> .....                  | 180 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tabel 1. 1</b> Pertumbuhan Penduduk Di Yogyakarta .....                       | 4   |
| <b>Tabel 1. 2</b> Pertumbuhan Penduduk Di Yogyakarta .....                       | 6   |
| <b>Tabel 1. 3</b> Pertumbuhan Realisasi Pendapatan Asli Daerah.....              | 9   |
| <b>Tabel 1. 4</b> Jumlah kunjungan wisata dan kontribusi sektor pariwisata ..... | 10  |
| <b>Tabel 1. 5</b> PAD Pariwisata Kab. Sleman.....                                | 11  |
|                                                                                  |     |
| <b>Tabel 2. 1</b> Segmentasi Mall .....                                          | 46  |
| <b>Tabel 2. 2</b> Kebutuhan ruang pada pusat perbelanjaan .....                  | 60  |
| <b>Tabel 2. 3</b> Standar Proporsi Pada Sidewalk .....                           | 73  |
| <b>Tabel 2. 4</b> Standar Aplikasi Sidewalk Corridor.....                        | 74  |
| <b>Tabel 2. 5</b> Perbandingan rasio ketinggian dan lebar bangunan .....         | 79  |
|                                                                                  |     |
| <b>Tabel 3. 1</b> Standar ruang gerak manusia .....                              | 104 |
| <b>Tabel 3. 2</b> Besaran Ruang Koridor .....                                    | 109 |
| <b>Tabel 3. 3</b> Besaran Ruang Pertokoan.....                                   | 110 |
| <b>Tabel 3. 4</b> Besaran Ruang Terbuka .....                                    | 110 |
| <b>Tabel 3. 5</b> Kebutuhan Parkir.....                                          | 113 |
| <b>Tabel 3. 6</b> Analisis Kebutuhan Parkir .....                                | 121 |
| <b>Tabel 3. 7</b> Analisis Kebutuhan Parkir .....                                | 122 |
| <b>Tabel 3. 8</b> Analisis Kebutuhan Parkir .....                                | 123 |

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Judul Proyek Akhir Sarjana

Seturan Midtown Plaza; Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan *City Walk*

#### 1.2 Deskripsi Judul

##### 1.2.1 Seturan

Sebuah Kawasan yang berada di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Saat ini Seturan merupakan kawasan yang padat penduduk. Kepadatan penduduk di kawasan Seturan mengakibatkan meningkatnya pembangunan secara signifikan dari tahun ke tahun. Sayangnya laju pembangunan tidak diimbangi dengan penataan ruang yang baik sehingga kawasan tersebut terlihat tidak teratur.

##### 1.2.2 Midtown

Secara harfiah midtown merupakan tengah kota atau pusat kota. Terminologi midtown mulai dikenal setelah Kota Manhattan (New York) menggunakannya untuk mengklasifikasikan sebuah kawasan yang terdiri dari Uptown, Midtown, dan Uptown.<sup>1</sup>

Seiring perkembangannya, penggunaan midtown mulai digunakan di banyak tempat atau kawasan (mezo) bahkan digunakan untuk nama sebuah bangunan (mikro). Ada yang memaknainya berdasarkan klasifikasi kelas atau strata (sifat) dan ada pula yang memaknainya sebagai sebuah keterangan atau letak.

---

<sup>1</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Midtown\\_Manhattan](https://id.wikipedia.org/wiki/Midtown_Manhattan)

Penggunaan kata midtown pada perancangan ini dikarenakan kondisi kawasan Seturan sebagai salah satu sentra pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta.

### 1.2.3 Plaza

Plaza adalah sebuah kata dari bahasa Spanyol yang berhubungan dengan "lapangan" yang menggambarkan tempat terbuka untuk umum (ruang publik) di perkotaan, seperti misalnya lapangan atau alun-alun.<sup>2</sup>

### 1.2.4 Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari berbagai elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (syafau Nafisah, 2003)

Dalam dunia Arsitektur, terminologi perancangan kerap diberdampingan dengan perencanaan. Namun pada kenyataannya perancangan merupakan proses langkah dalam mendesain sebuah wujud fisik (bangunan, dll), tidak hanya sekedar dokumen yang bersifat fundamental.

### 1.2.5 Pusat Perbelanjaan

Shopping Center (Inggris dan Eropa), Shopping Mall (Amerika) atau terminologi yang sering digunakan oleh masyarakat Amerika bereferensi kepada pusat perbelanjaan atau shopping center yang besar adalah istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu pusat perbelanjaan yang pada intinya memiliki bentuk bangunan atau kumpulan beberapa bangunan di dalam satu lokasi.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Plaza>

<sup>3</sup> <http://e-journal.uajy.ac.id/2988/5/2TA12194.pdf>

Sering berjalannya waktu terminologi Shopping Center atau Shopping Mall dekat pada pemaknaan pusat gaya hidup (lifestyle). Hal tersebut dikarenakan pusat perbelanjaan tidak hanya menaungi aktivitas berbelanja semata tetapi sebagai pelengkap kebutuhan yang lain. Lifestyle center juga diartikan sebagai tempat perbelanjaan khusus yang biasanya berisikan kios kuliner, sarana hiburan serta penggunaan ruang luar.

#### 1.2.6 Pendekatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III, pendekatan adalah proses, cara, perbuatan mendekati (hendak berdamai, bersahabat, dst)

#### 1.2.7 City Walk

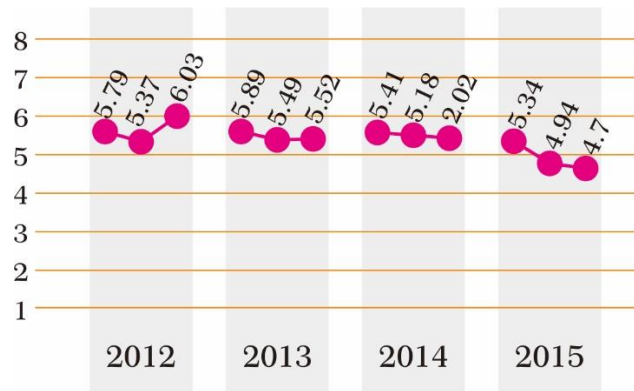
Citywalk secara harafiah terdiri dari 2 kata, city dan walk. City berarti kota, didalam kota, sedangkan walk berarti jalur, jalan. Jadi secara abstrak, citywalk berarti jalur pejalan kaki di dalam kota. Jalur tersebut dapat terbentuk akibat deretan bangunan ataupun lansekap berupa tanaman, Citywalk merupakan pedestrian dengan sarana perbelanjaan yang lengkap, serta dikelola oleh suatu pengembang usaha , sehingga dapat bertahan dan berkembang (Asterie, 2004)

### 1.3 Latar Belakang Perancangan

#### 1.3.1 Pertumbuhan Ekonomi Di Yogyakarta

Pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta memang belum mencapai angka 5%, namun prediksi dari beberapa ahli mengemukakan bahwa pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta bisa berkaca pada triwulan III yang mencapai angka 4,68%. Kondisi Ekonomi Indonesia yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global pada umumnya

telah berdampak pada berbagai sektor, sampai pada pertumbuhan ekonomi yang ada di Yogyakarta.<sup>4</sup>



**Tabel 1. 1** Pertumbuhan Penduduk Di Yogyakarta

*Sumber : BPS Diolah oleh Penulis, 2017*

Kondisi Ekonomi diproyeksikan berada di angka 4%-5%, dengan ditopang oleh permintaan domestik. Pemanfaatan peluang akan mempengaruhi keyakinan swasta untuk melakukan investasi. Sekalipun investasi asing pada tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup drastis. Turunnya jumlah investasi merupakan salah satu indikasi masih lemahnya perbaikan ekonomi global.

**Sebuah Pusat merupakan lambang atas pengakuan. Pengakuan dari pihak-pihak tenant bahwa iklim investasi di Indonesia baik.** Menurut indeks investasi dunia, Indonesia masuk dalam peringkat 17 negara yang dapat dijadikan tempat berinvestasi seiring dengan kenaikan nilai IHSG yang nyaris menembus angka 3000. Sudah jelas bahwa Indonesia memiliki fundamental ekonomi yang sangat kuat.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> <https://ekbis.sindonews.com/read/1164832/33/2017-pertumbuhan-ekonomi-yogyakarta-berkisar-di-50-54-1482339133>

<sup>5</sup> <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/42342/Chapter%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Selain itu setiap pendirian mall tentu mampu menyerap tenaga kerja baru. Setiap pertumnuhan ekonomi sebesar 1% mampu menyerap sebanyak 250.000 – 300.000 orang tenaga kerja. Sekalipun nilai tersebut masih jauh untuk bisa menutupi jumlah penganggutan yang ada di Indonesia yang mencapai angka 10 juta orang lebih.<sup>6</sup>

**Pusat Perbelanjaan juga mampu memberikan peningkatan pendapatan daerah dalam bentuk pajak, karena adanya aktivitas ekonomi disitu. Aktivitas ekonomi yang terjadi karena adanya factor penggerak transaksi kaum urban yang dating ke mall. Sudah jelas akan didominasi kalangan menengah ke atas, karena sejatinya mereka bisa mengeluarkan lebih dari 50.000 rupiah untuk bertransaksi ekonomi.**

### 1.3.2 Petumbuhan Penduduk Di Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan suatu daerah setingkat provinsi di Indonesia dengan Yogyakarta sebagai ibukotanya dan 4 kabupaten yang mengelilinginya yaitu, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunungkidul. Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri dikenal dengan sebutan kota budaya, sejarah, pelajar dan pariwisata yang menggambarkan potensi provinsi ini dalam dunia kepariwisataan Indonesia. Sebagai kota pelajar, maka DIY akan banyak dikunjungi oleh pelajar dari berbagai daerah untuk menimba ilmu di provinsi ini dan DIY sebagai kota pariwisata, daerah ini banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun manca negara sehingga dapat dipastikan jika penduduk di DIY akan bertambah setiap tahunnya.

Berdasarkan data yang ada di Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2011 hingga 2015, jumlah penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan dari 3.509.997 jiwa menjadi 3.679.176 jiwa dengan jumlah penduduk terbanyak dimiliki oleh kabupaten Sleman. Adapun lokasi perancangan shopping mall ini berada di kawasan Adisucipto yang dimana merupakan kabupaten dengan

---

<sup>6</sup> <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2011/05/dampak-pembangunan-mall/>

jumlah penduduk terbanyak sehingga shopping mall ini akan dapat menarik pangsa pasar yang besar. Adapun rincian jumlah penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

| Tahun/<br>Year | Uraian<br>Description | Kabupaten/Kota / Regency/City |         |                  |           |                |           |
|----------------|-----------------------|-------------------------------|---------|------------------|-----------|----------------|-----------|
|                |                       | Kulon-<br>progo               | Bantul  | Gunung-<br>kidul | Sleman    | Yogya<br>karta | DIY       |
| 2007           | Jumlah/<br>Total      | 384 326                       | 872 866 | 675 359          | 1 035 032 | 391 821        | 3 359 404 |
|                | %                     | 11,44                         | 25,98   | 20,10            | 30,81     | 11,66          | 100,00    |
| 2008           | Jumlah/<br>Total      | 385 937                       | 886 061 | 675 471          | 1 054 751 | 390 783        | 3 393 003 |
|                | %                     | 11,37                         | 26,11   | 19,91            | 31,09     | 11,52          | 100,00    |
| 2009           | Jumlah/<br>Total      | 387 493                       | 899 312 | 675 474          | 1 074 673 | 389 685        | 3 426 637 |
|                | %                     | 11,31                         | 26,24   | 19,71            | 31,36     | 11,37          | 100,00    |
| 2010           | Jumlah/<br>Total      | 388 869                       | 911 503 | 675 382          | 1 093 110 | 388 627        | 3 457 491 |
|                | %                     | 11,25                         | 26,36   | 19,53            | 31,62     | 11,24          | 100,00    |
| 2011           | Jumlah/<br>Total      | 390.207                       | 921.263 | 677.998          | 1.107.304 | 390.553        | 3.487.325 |
|                | %                     | 11,19                         | 26,42   | 19,44            | 31,75     | 11,20          | 100,00    |
| 2012*)         | Jumlah/<br>Total      | 393.221                       | 927.958 | 684.740          | 1.114.833 | 394.012        | 3.514.762 |
|                | %                     | 11,19                         | 26,40   | 19,48            | 31,72     | 11,21          | 100,00    |

**Tabel 1. 2** Pertumbuhan Penduduk Di Yogyakarta

Sumber : <http://2.bp.blogspot.com>

Hal ini tentu menarik perhatian para investor untuk melakukan investasi, yang salah satunya merupakan dalam bidang perdagangan dan jasa untuk membangun sebuah shopping mall. Tentu tak heran jika DIY kemudian menjadi salah satu daerah yang paling mudah untuk berinvestasi di Indonesia sesuai dengan laporan Bank Dunia dan IFC (International Finance Corporation) pada bulan Februari 2012. Hal ini tak mengherankan karena Jogja yang memiliki 3 poros unggulan yaitu budaya, pariwisata dan pendidikan menawarkan berbagai potensi investasi yang menjanjikan. Keunggulan DIY sebagai daerah potensial untuk berinvestasi dikuatkan saat DIY memperoleh posisi ke-4 dalam kategori provinsi terbaik “Indonesia Attractiveness Index-2015”<sup>7</sup>. Dan menurut Steven Sudijanto selaku Associate Director Retail Service Colliers Indonesia, performa shopping

mall 2016 cukup baik dan di 2017 akan semakin baik yang saat ini masih memiliki pangsa pasar yang sangat besar.

#### 1.3.4 Perkembangan Seturan

Setiap daerah akan mengalami perubahan akibat kondisi utama seperti ekonomi, teknologi, geografi dan kondisi biologis (Soekanto,1990:38). Tak bisa dipungkiri, Yogyakarta merupakan kota yang paling banyak dituju oleh para wisatawan dan pelajar. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari identitasnya sebagai kota wisata dan kota pelajar.

Seturan merupakan salah satu kawasan yang mengalami perubahan seiring dengan tingkat perekonomian yang semakin beragam, teknologi yang semakin berkembang, keterbatasan lahan, serta meningkatnya jumlah perpindahan penduduk yang bersifat sementara. Perkembangan pada kawasan Seturan dipengaruhi oleh tingginya tingkat mobilitas penduduk untuk melanjutkan studi di Yogyakarta.

Kawasan Seturan sejatinya bersifat konsentratif karena tingginya kecenderungan manusia dan kegiatannya untuk berkumpul di tempat yang kondisinya menyenangkan. Namun paradigma tersebut berbanding terbalik dengan realita kawasan Seturan saat ini. Seturan yang sekarang hanya menjadi tempat transit dalam menjalankan berbagai aktivitas tanpa adanya daya dukung spasial. Sehingga secara fisik, orang-orang disana hidup dalam keramaian, tetapi secara sosial hidupnya berjauhan. Namun terlepas daripada itu Seturan tetaplah ladang yang subur untuk berinvestasi.

Ditengah tingginya kesibukan masyarakat, tentunya keberadaan sebuah shopping center tentunya menjadi alternatif untuk tempat berekreasi serta sarana hiburan dan promosi, selain fungsi utamanya sebagai pusat perbelanjaan. Kehadirannya di tengah-tengah kawasan sentral perekonomian Yogyakarta tentu menjadi tolak ukur tersendiri dari perspektif ekonomi. Selain itu, perancangan

shopping center di kawasan konstratif yang memiliki beragam permasalahan spasial juga menjadi isu penting untuk direspon, kemudian diinterpretasikan kedalam desain.

### *Bangunan Penting Di Sekitar*



**Gambar 1. 1** Bangunan Komersil Di Sekitar Site

*Sumber : Ilustrasi penulis*

Tidak hanya menjadi pusat pendidikan dengan berbagai fasilitasnya, Seturan kini semakin mewah seiring dengan hadirnya apartemen, hotel, serta mall.

### ***Isu Kelestarian Kawasan***

#### **1. Ekonomi**

Sebagaimana yang terlihat pada Perda pasal 44 huruf A, kecamatan Depok merupakan kawasan strategis pertumbuhan provinsi. Kemudian dijelaskan kembali pada pasal 89 ayat 2 tentang ketentuan umum praturan zonasi kawasan strategis pertumbuhan ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a dengan ketentuan sebagai berikut;<sup>7</sup>

- A. Diperbolehkan pengembangan fasilitas pendukung kawasan
- B. Diperbolehkan dengan syarat alih fungsi peruntukkan pada kawasan strategis ekonomi
- C. Mewajibkan pengalokasian ruang untuk ruang terbuka hijau pada zona yang intensitasnya tinggi
- D. Diperbolehkabn dengan syarat perubahan fungsi ruang terbuka sepanjang masih dalam batas ambang penyediaan ruang terbuka
- E. Diperbolehkan pemanfaatan teknologi tepat guna
- F. Diperbolehkan dengan syarat perluasan area kawasan
- G. Tidak diperbolehkan kegiatan yang mengganggu daya dukung dan daya tampung lingkungan.

Kawasan Seturan secara tidak langsung telah tumbuh dan memberikan sumbangsi yuang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta. Pendapatan asli daerah Kabupaten Sleman didominasi oleh setoran pajak yang didapatkan.

| NO  | Uraian                                        | Tahun             |                   |                   |                   |                   | Rata-rata pertum. (%) |
|-----|-----------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
|     |                                               | 2011              | 2012              | 2013              | 2014              | 2015              |                       |
| 1   | <b>PAD</b>                                    | <b>226.723,27</b> | <b>301.069,54</b> | <b>449.270,31</b> | <b>573.337,60</b> | <b>643.130,08</b> | 30,54                 |
| 1.1 | Pajak Daerah                                  | 142.698,41        | 177.835,87        | 274.628,96        | 326.034,00        | 373.137,77        | 28,06                 |
| 1.2 | Retribusi Daerah                              | 33.163,70         | 34.034,97         | 48.001,68         | 42.632,20         | 45.052,21         | 6,52                  |
| 1.3 | Hasil Pengol. kekayaan daerah Yang dipisahkan | 11.036,19         | 12.783,12         | 15.551,53         | 23.654,90         | 34.330,60         | 33,67                 |
| 1.4 | Lain-lain yang syah                           | 39.824,98         | 76.415,58         | 111.088,14        | 181.016,50        | 190.609,51        | 52,11                 |

Tabel 1. 3 Pertumbuhan Realisasi Pendapatan Asli Daerah

Sumber : Dispenda (2015)

<sup>7</sup> Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sleman 2011-2031

## 2. Pariwisata Perkotaan

Kecamatan Depok merupakan kawasan peruntukkan wisata perkotaan, berupa wisata pendidikan, ilmu pengetahuan dan belanja. Pariwisata perkotaan ini sangat berpengaruh pada pendapatan daerah.

Akan tetapi penyelenggaraan kawasan ekonomi perkotaan memiliki ketentuan sendiri seperti yang terlihat pada Pasal 86 (ketentuan umum peraturan zonasi kawasan pariwisata) sebagaimana dimaksud dalam pasal 80 huruf F dengan ketentuan;

- A. Diperbolehkan dengan syarat pengembangan kegiatan pariwisata di kawasan lindung
- B. Diperbolehkan pengembangan objek dan daya tarik wisata dengan tetap memperhatikan fungsi konservasi kawasan
- C. Diperbolehkan dengan syarat pengembangan prasarana dan sarana pendukung pariwisata di kawasan permukiman dan pertanian
- D. Tidak diperbolehkan pengembangan pariwisata yang menimbulkan dampak terhadap kondisi fisik wilayah dan tatanan sosial masyarakat

Yogyakarta sendiri (terkhusus Kabupaten Sleman) memang merupakan daerah yang paling dituju para wisatawan lokal. Jumlah kunjungan setiap tahunnya pun mengalami peningkatan yang signifikan.

| No | Indikator                                         | Tahun     |           |           |           |           |
|----|---------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|    |                                                   | 2011      | 2012      | 2013      | 2014      | 2015      |
| 1  | Kunjungan wisatawan (orang)                       | 3.277.728 | 3.418.254 | 3.613.577 | 4.132.933 | 5.196.816 |
| 2  | Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Hb (%) | 9,49      | 9,70      | 9,88      | 9,95      | 10,07*)   |

**Tabel 1. 4** Jumlah kunjungan wisata dan kontribusi sektor pariwisata

*Sumber : BPS, 2015*

Peningkatan jumlah kunjungan wisata tidak hanya berdampak pada peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB saja, tetapi juga pad

| No | Uraian               | Realisasi      |                |                |                |                |
|----|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|    |                      | 2011           | 2012           | 2013           | 2014           | 2015           |
| 1  | Pajak Hotel          | 22.637.880.385 | 32.216.986.820 | 41.502.758.586 | 49.800.597.181 | 52.305.963.907 |
| 2  | Pajak Restoran       | 13.257.484.784 | 16.758.882.196 | 21.044.463.951 | 27.979.616.224 | 39.132.497.134 |
| 3  | Pajak Hiburan        | 2.709.834.885  | 3.804.493.162  | 4.910.550.640  | 5.652.846.661  | 8.688.347.301  |
| 4  | Retribusi Jasa Umum  | 18.274.589.200 | 8.802.463.187  | 10.950.122.022 | 11.489.559.605 | 12.943.268.440 |
| 5  | Retribusi Jasa Usaha | 3.765.115.997  | 6.174.553.032  | 7.184.427.643  | 8.414.596.963  | 9.663.694.950  |

peningkatan PAD Kabupaten Sleman. Penyumbang terhadap PAD pariwisata terbanyak yaitu dari sektor pajak hotel sedangkan terendah dari sektor pajak hiburan<sup>8</sup>

**Tabel 1. 5** PAD Pariwisata Kab. Sleman

*Sumber : Ilustrasi penulis*

Dari data-data tersebut dapat disimpulkan bahwa Depok merupakan kawasan strategis peruntukkan ekonomi. Tercatat Kabupaten Sleman mengalami kemajuan yang pesat dari segi pendapatan asli daerah (PAD) dan penyumbang terbesarnya berasal dari sektor pajak. Sehingga kehadiran *Shopping Center* di kawasan Depok tentu sangat membantu pemasukan terhadap pendapatan daerah Kabupaten Sleman.

### 1.3.5 Citra Pata Seturan

Jika bangunan pada kawasan tidak memperhatikan respon terhadap lingkungan luar maka area di sekitar (bangunan) itu sendiri akan terbatas.

<sup>8</sup> RPJMD Kabupaten Sleman 2016-2021

Terbatasnya ruang akan mempengaruhi aktivitas manusia di sekitarnya, sehingga interaksi sosial (aktivitas) di sekitar bangunan hampir tidak ada.<sup>9</sup>

Kawasan Seturan pun telah mengalami kondisi yang sedemikian rupa. Terbatasnya ruang gerak manusia dan aktivitas yang hanya bertumpu pada penggunaan kendaraan bermotor akan menimbulkan berbagai permasalahan baru. **Perancangan Kawasan Citra Pata Seturan pun menitikberatkan pada fokus terhadap aktivitas manusia di sekitar bangunan.** Hal ini didukung dengan gagasan Jan Gehl tentang *Life Between Building*; bahwa bangunan seharusnya bisa terbuka kedalam maupun keluar sehingga ruang-ruang disekitar bangunan pun akan fungsional. Mengingat jika tersedianya *meeting space*, maka sudah pasti akan terjadi beragam transaksi. Pada akhirnya *meeting space* akan menjadi *market space*, kemudian didukung oleh akses yang memadai sehingga ruang publik yang diciptakan bisa menjadi lebih produktif.

---

<sup>9</sup> Citra Pata Seturan – Life Between Building

Dengan melihat latar belakang seturan sebagai kawasan peruntukkan wisata perkotaan serta memiliki jumlah populasi yang sangat tinggi tentunya membutuhkan sebuah kompleks (kawasan) yang bisa mewadahi berbagai kebutuhan serta segala aktivitas, juga terhubung antara satu dengan yang lain.



**Gambar 1. 2** Citra Pata Seturan

*Sumber : Ilustrasi penulis*

### 1.3.6 Pusat Perbelanjaan Sebagai Bangunan Komersial

Fleksibilitas dan efisiensi merupakan unsur terpenting yang harus diperhatikan dalam perancangan bangunan komersial seperti Shopping Center. Fleksibilitas yang dimaksud adalah transformasi bentuk peruangan yang universal, suasana yang berubah serta dibentuk dengan karakter yang kuat. Sedangkan efisiensi ditransformasikan dalam penggunaan ruang yang optimal dan profitable dalam setiap luasan yang ada mengingat setiap meter dalam bangunan komersial sangatlah berharga.

Adapun fleksibilitas ruang dalam arsitektur terdiri dari ekspansibilitas, konvertibilitas dan versabilitas. Ekspansibilitas adalah konsep fleksibilitas yang penerapannya yaitu bahwa ruang dan bangunan yang dimaksud dapat menampung pertumbuhan melalui perluasan. Untuk konvertibilitas, ruang atau bangunan yang dimaksud dapat memungkinkan adanya perubahan tata atur pada satu ruang. Sedangkan untuk versatibilitas, ruang atau bangunan yang dimaksud dapat bersifat multi fungsi.

Bangunan komersial yang ada saat ini merupakan bangunan yang berbeda dari periode terdahulu. Desain bangunan saat ini merupakan sebuah hasil dari evolusi dengan beberapa perubahan berskala di setiap pergantian antar periodenya. Pemahaman dan kecakapan baru dengan cakupan latar belakang berbagai disiplin ilmu diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan nyata berkaitan dengan hal tersebut. Karena masa depan selalu menawarkan perubahan dan ketidakpastian akan dominasi dari individu maupun kelompok yang mampu mengidentifikasi dan menjelajahi kesempatan yang ditawarkan. (2012)

Adapun bentuk sebagai penampilan visual sebuah objek dan ruang sebagai area melakukan aktivitas yang dibatasi oleh bidang yang diterjemahkan dalam elemen arsitektural merupakan inti dari pengalaman berarsitektur yang memberikan pengaruh besar kepada penikmat bangunan. Sebab itulah untuk menghadirkan suatu bangunan shopping center yang merespon kebutuhan publik serta memberikan pengalaman baru sehingga bisa tidak tereleminasi oleh pasar haruslah dimulai dari cerita panjang tentang pemberdayaan ruang dan pengelolaan bentuk yang diterjemahkan dalam respon.

### 1.3.7 Urgensi City Walk

Tidak dapat dipungkiri bila saat ini banyak kualitas ruang kota yang semakin menurun dan masih jauh dari standar minimum sebuah kota yang nyaman, terutama pada penciptaan maupun pemanfaatan ruang terbuka yang kurang memadai. Penurunan kualitas tersebut salah satunya dipengaruhi oleh kurangnya penataan dan perawatan terhadap ruang untuk pejalan kaki (Aditya, 2007)

Tak heran sekarang banyak bangunan komersial seperti mall atau pusat perbelanjaan yang dipenuhi warga kota walau hanya sekedar jalan-jalan dan cuci mata. Walaupun pertumbuhan jumlah mall atau trade center sudah dirasa sampai titik jenuh, ternyata tetap saja dipenuhi pengunjung. Salah satu pendorong hal ini adalah karena minimnya ruang bagi warga untuk sekedar melepas kepenatan dari kewemrawutan jalan kota.

**Para pengembang pun akhirnya berlomba untuk menangkap kebutuhan ini di dalam ruang komersial yang hendak dihadirkan. Salah satunya dengan menciptakan ruang terbuka yang dilewatkan di tengah ritel pada sebuah pusat perbelanjaan. Konsep ini pun berkembang dan dikenal dengan City Walk. Tidak heran jika dewasa ini banyak pusat perbelanjaan yang mengadopsi konsep City Walk kemudian diterapkan pada sebuah bangunan komersial.**

City Walk sebenarnya tak lebih dari koridor jalan yang dikhususkan untuk deretan toko. Seperti di Jakarta terdapat beberapa koridor jalan dengan suasana belanja yang khas, sebut saja jalan Sabang dan Jalan Lintas Melawai. Di Yogyakarta terdapat Malioboro sedangkan di banfung terdapat Cihampelas. Namun perbedaan terdapat pada aspek kepemilikan. Jika jalan-jalan itu milik publik yang dikelola Pemerintah Daerah, City Walk yang hadir di sebuah pusat perbelanjaan dewasa ini tentu dimiliki oleh para investor.

Konsep bangunan dengan City Walk ini bisa dibilang berhasil jika dilihat dari komersial. Di luar negeri, banyak pusat perbelanjaan yang mengadopsi konsep City Walk, mulai dari hanya sekedar nuansa serta suasana, sampai dengan bangunan komersial yang memiliki citra City Walk. Di Indonesia pun demikian, sebut saja Cihampelas Walk, Paris Van Java, Surabaya Town Square, serta The Breeze BSD.

**Kesimpulannya adalah permasalahan akan buruknya penataan ruang kota dimanfaatkan oleh para investor untuk menciptakan sebuah bangunan komersial yang mengdopsi konsep City Walk, sehingga di dalam bangunan**

**pun pengunjung bisa merasakan nuansa serta suasana seperti yang terdapat pada ruang kota.**

### **1.3.8 Penerapan Konsep City Walk Pada Bangunan Komersial**

City Walk memiliki 3 elemen pembentuk yaitu open space, pedestrian, dan retail. Dari ketiganya yang memiliki peran paling penting dalam memperkuat karakternya adalah pedestrian. Pedestriannya berupa koridor memanjang yang dikelilingi kios atau bangunan. Selain untuk akses orang berjalan, koridor yang berukuran tidak kurang dari 5 meter tersebut juga bisa digunakan untuk aktivitas lainnya. Sementara di setiap persimpangannya terdapat ruang terbuka yang biasanya digunakan untuk fungsi publik.

Sistem penghawaan dan pencahayaan bersifat alamiah, yakni memanfaatkan iklim setempat. Letak dan ketinggian bangunan tentu sudah diatur sedemikian rupa sehingga bisa merespon iklim setempat. Namun jika menghadirkan sebuah Lifestyle Center yang notabene merupakan bangunan komersial dimana setiap meter persegi bernilai ekonomi dengan meleburkan elemen City Walk tentu akan menimbulkan sebuah konflik baru dalam perancangan.

Sistem penghawaan yang alami tentu lebih murah dibandingkan dengan buatan. Sebuah pusat perbelanjaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk memikat hati para pengunjungnya lewat keamanan dan kenyamanan dan diberikan, terlepas daripada itu bukan berarti mereka tidak memerhatikan aspek efisiensinya. Hematnya adalah perancangan yang ekonomis tapi berkualitas.

**Oleh karena itu jika ingin mengembangkan sebuah pusat perbelanjaan dengan konsepsi City Walk tentu tidak bisa secara langsung meleburkan elemennya tetapi diperlukan rekayasa perancangan sehingga secara nilai efisiensi – komersial bisa tercapai.**

#### 1.4 Kesimpulan Latar Belakang

“Something good for people, good for bussiness”, begitulah semboyan bagi para desainer di era milenial ini. Sehingga sebuah pusat perbelanjaan juga tidak hanya sebagai pusat perbelanjaan tapi juga bisa berfungsi sebagai ruang publik (gathering space). Ketika ruang untuk bertemu “meeting space” tersedia, maka secara tidak langsung ragam interaksi serta aktivitas akan bermunculan. Disitulah pasar akan terbentuk dengan sendirinya dan ruang tersebut sering disebut “market space”. Untuk mencapai keduanya tentu diperlukan akses yang memampuni untuk menghubungkan antar elemen-elemen didalamnua. Begitulah 3 fungsi tradisional ruang publik menurut Jan Gehl. Teori ini pun berkembang dan akhirnya kira mengenal sebuah pendekatan city walk dalam disiplin perencanaan kota. City Walk tidak lebih dari sebuah koridor yang dikelilingi pusat perbelanjaan berbentuk kios-kios. Koridor tersebut tidak hanya berfungsi sebagai akses sirkulasi melainkan bisa digunakan untuk aktivitas lainnya (meeting, market). Adapun disetiap persimpangan koridor biasanya terdapat ruang publik berupa plaza.

Penerapannya memang diperuntukkan untuk kawasan terpadu (bukan untuk single building), akan tetapi untuk menghasilkan shopping center yang sangat merespon kebutuhan publik dan pasar tentu ini akan sangat menarik jika diimplementasikan. Hanya saja diperlukan rekayasa dalam penerapannya seperti transformasi terhadap proporsi sehingga unsur efisiensi tidak dihilangkan, karena mengingat shopping center merupakan bangunan komersial yang mana setiap dimensinya tentu harus bernilai secara ekonomi. Tentu penerapan elemen city walk yang bernuansa perkotaan akan menarik jika dileburkan kedalam shopping center (single building) yang memiliki citra sebagai bangunan komersial.

Penamaan Seturan Midtown Plaza dipilih berdasarkan pendekatan yang dipakai dalam perancangan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, pusat perbelanjaan tak hanya sebagaipusat perbelanjaan yang mewadahi transaksi jual beli melainkan berfungsi sebagai ruang publik. Dan kata “Plaza” merupakan representasi dari ruang tak terbatas yang diperuntukkan untuk kepentingan publik. Sedangkan kata “midtown” merupakan representasi kawasan seturan yang

terbilang sangat bernilai secara ekonomi. Midtown diartikan pada persepsi pencapaian ekonomi, bukan pada persepsi dimensi keruangan.

## **1.5 Pernyataan Persoalan**

### **1.5.1 Permasalahan Umum**

Menghadirkan nuansa City Walk pada Bangunan Pusat Perbelanjaan (sebagai bangunan komersial yang efisien dalam penataan ruang serta memiliki nilai jual tinggi)

### **1.5.2 Permasalahan Khusus**

- Bagaimana merancang koridor Lifestyle Center yang berkarakter City Walk namun tetap efektif dan efisien.
- Bagaimana merancang sirkulasi dalam bangunan Lifestyle Center yang berkarakter City Walk secara visual melalui rekayasa skala dan proporsi ruang.
- Bagaimana merancang Koridor Lifestyle Center yang bernuansa City Walk dengan sistem pencahayaan dan penghawaan alami.

## **1.6 Metoda Pemecahan Persoalan Permasalahan Perancangan Yang Diajukan**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah data primer dan sekunder  
a. Data Primer Data primer berupa gambar, catatan, informasi kondisi lingkungan sekitar dikumpulkan dengan cara:

1. Observasi Melakukan observasi langsung ke kawasan Caturtunggal untuk mengetahui keadaan site. Pengamatan langsung berupa foto-foto keadaan site, pencarian data yang nantinya akan dianalisis untuk proses desain.

2. Survey Site

#### a. Data Primer

Pengumpulan data eksisting keberadaan site guna mempertimbangkan kembali potensi dan kendala yang ada. Data yang dikumpulkan berupa pengamatan langsung ke lapangan dan foto-foto keadaan site. Survey ke kantor Pengelolaan Pasar Desa Caturtunggal guna mendapatkan data jumlah pedagang pasar.

#### b. Data Sekunder

Studi Literatur, yaitu pengumpulan data dari tulisan berupa referensi yang terkait dan teori yang mendukung baik berupa media cetak, buku, ataupun jurnal-jurnal elektronik. Data-data yang diperoleh berupa kajian tentang mixed-use, rumah Studi kasus yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebagai referensi perancangan.

### 1.6.2 Tahapan Penelusuran masalah

1. Mengidentifikasi kebutuhan ruang dalam Shopping Center
2. Mengidentifikasi perilaku dan kegiatan pengguna pada periode tertentu.
3. Mengidentifikasi permasalahan tata ruang terhadap zonasi
4. Mengidentifikasi elemen City Walk (Open Space, Retail, dan Sirkulasi)
5. Mengidentifikasi ruang komunal yang fleksibel
6. Mengidentifikasi kondisi iklim setempat.

### 1.6.3 Metode pemecahan masalah

Metode penelusuran masalah yang nantinya akan digunakan yaitu;

1. Analisa kebutuhan dan hubungan antar ruang pada Shopping Center
2. Analisa elemen City Walk dan dampak yang akan terjadi
3. Analisa pola aktivitas pengguna serta pengunjung pada Shopping Center dalam periode tertentu.

4. Analisa kondisi tapak (indeks klimatologi) dengan bantuan software
5. Analisa fleksibilitas ruang arsitektur (Versabilitas dan Ekspansibilitas)
6. Analisa proporsi manusia pada setiap ruang yang dihasilkan.
7. Analisa pola pergerakan manusia dengan pendekatan Agent Based

#### 1.6.4 Metode Pendekatan Perancangan

Metode pendekatan perancangan menggunakan penerapan elemen City Walk (Open space, Retail, dan Sirkulasi) pada Shopping Center. Adapun proses perancangan meliputi;

- a. Shopping Center bertemakan open air karena menghadirkan elemen City Walk.
- b. Pengembangan 3 fungsi tradisional Ruang Publik (Meeting Space, Market Space, dan Sirkulasi) pada sebuah bangunan yang didominasi oleh koridor yang menghubungkan setiap ruangnya.

#### 1.6.5 Desain Awal

Desain awal merupakan kesimpulan hasil analisis yang dilakukan dan merupakan hasil dari penyelesaian konflik yang terjadi antara Shopping Center dan penerapan elemen City Walk berdasarkan aspek arsitektural yang diselesaikan. Desain awal ini merupakan visualisasi gagasan yang diaplikasikan melalui gambar digital.

#### 1.6.6 Metode Pengujian Desain

Metode Pengujian Desain yang akan dilakukan terhadap desain bangunan Shopping Center yang mengandung elemen City Walk antara lain;

1. *Climate Condition*, dengan menggunakan software *Ecotect* untuk mengetahui informasi data iklim setempat
2. Evaluasi Blue Ocean Strategy pada perancangan Shopping Center yang menekankan pendekatannya pada elemen City Walk. Penggunaan strategi ini bisa melihat seberapa besar pengaruh kehadiran Shopping Center dan mampu membandingkannya dengan bangunan sejenis yang telah ada.

### 1.7 Batasan

1. *Public space* yang dimaksud pada perancangan ini merupakan ruang yang dapat digunakan oleh siapa pun (pengunjung shopping mall) untuk digunakan berinteraksi dan aktivitas lain yang memungkinkan dan dalam batas-batas tertentu
2. City Walk yang dimaksud merupakan sebuah skema perancangan yang bertujuan mengurangi ketergantungan penggunaan kendaraan bermotor dan lebih mengutamakan berjalan kaki. Elemen City Walk meliputi Open Space, Pedestrian, dan Retail.

### 1.8 Keaslian

1. Pusat Perbelanjaan Modern di Yogyakarta: Studi Tata Ruang Luar dengan Konsep Citywalk Oleh : Fransisca/100113444/TA Universitas Atmajaya Yogyakarta 2014 Permasalahan : Bagaimana wujud penataan ruang luar bangunan pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta dengan pendekatan design citywalk.

Persamaan dalam proses perancangan adalah penerapan elemen City Walk. Tetapi yang membedakannya dalam proses perancangan adalah periode aktivitas yang terjadi. Perancangan Seturan Midtown Plaza menggunakan fleksibilitas ruang sehingga bisa fungsional dalam periode yang berbeda-beda.

2. Solo Shopping Mall Sebagai Pusat Perbelanjaan, Rekreasi dan Promosi Dengan Pendekatan Arsitektur Experience Oleh : Fakhurrohman/0204078. Permasalahan : Bagaimana merencanakan dan merancang Solo Shopping Mall sebagai wadah kegiatan berbelanja, rekreasi dan promosi di Solo dengan pendekatan Arsitektur Experience.

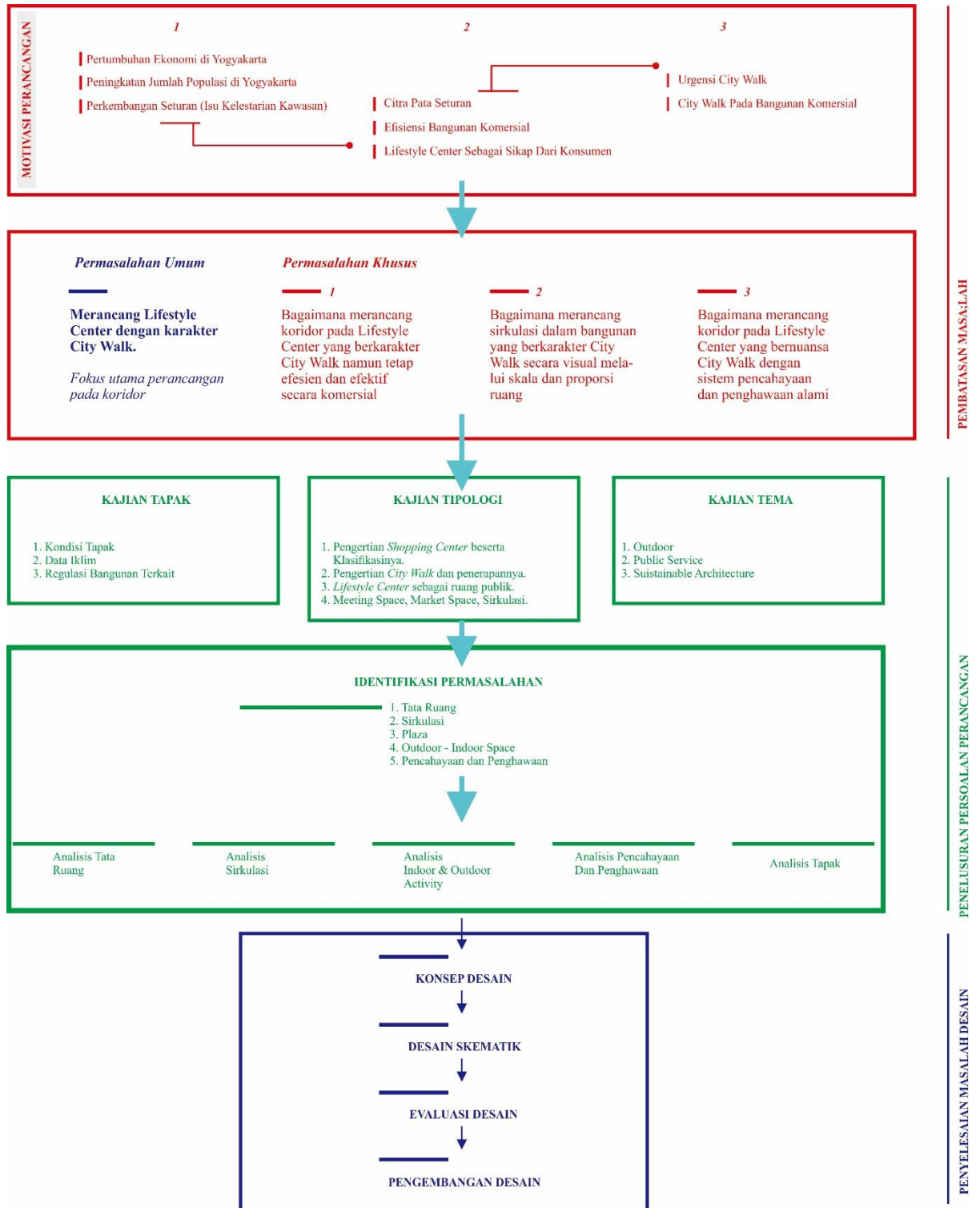
Persamaannya terletak pada motivasi dalam perancangan, yaitu pertumbuhan ekonomi dan laju peningkatan jumlah populasi. Secara

fungsional sedikit berbeda karena rancangan Fatkhurohman hanya digunakan pada satu periode, seperti mall pada umumnya dengan jam operasional yang sama. Selain itu bentukan akhir juga jelas akan berbeda karena perancangan Seturan Midtown Plaza terdiri dari sekumpulan gubahan yang dihubungkan oleh koridor inti.

3. Shopping Mall Sebagai Gathering Place Di Kawasan Adisucipto; Perancangan Shopping Mall sebagai alternatif Public Space di kompleks area preservasi pesanggrahan Ambarukmo Oleh : Naura/13512/TA Universitas Islam Indonesia. Permasalahan : bagaimana merancang Shopping Mall yang dapat berfungsi sebagai area yang dapat mewadahi aktivitas pengunjungnya serta menjadi alternatif Public Space dengan pertimbangan aspek pesanggrahan Ambarukmo sehingga dapat menjadi daya tarik pengunjung.

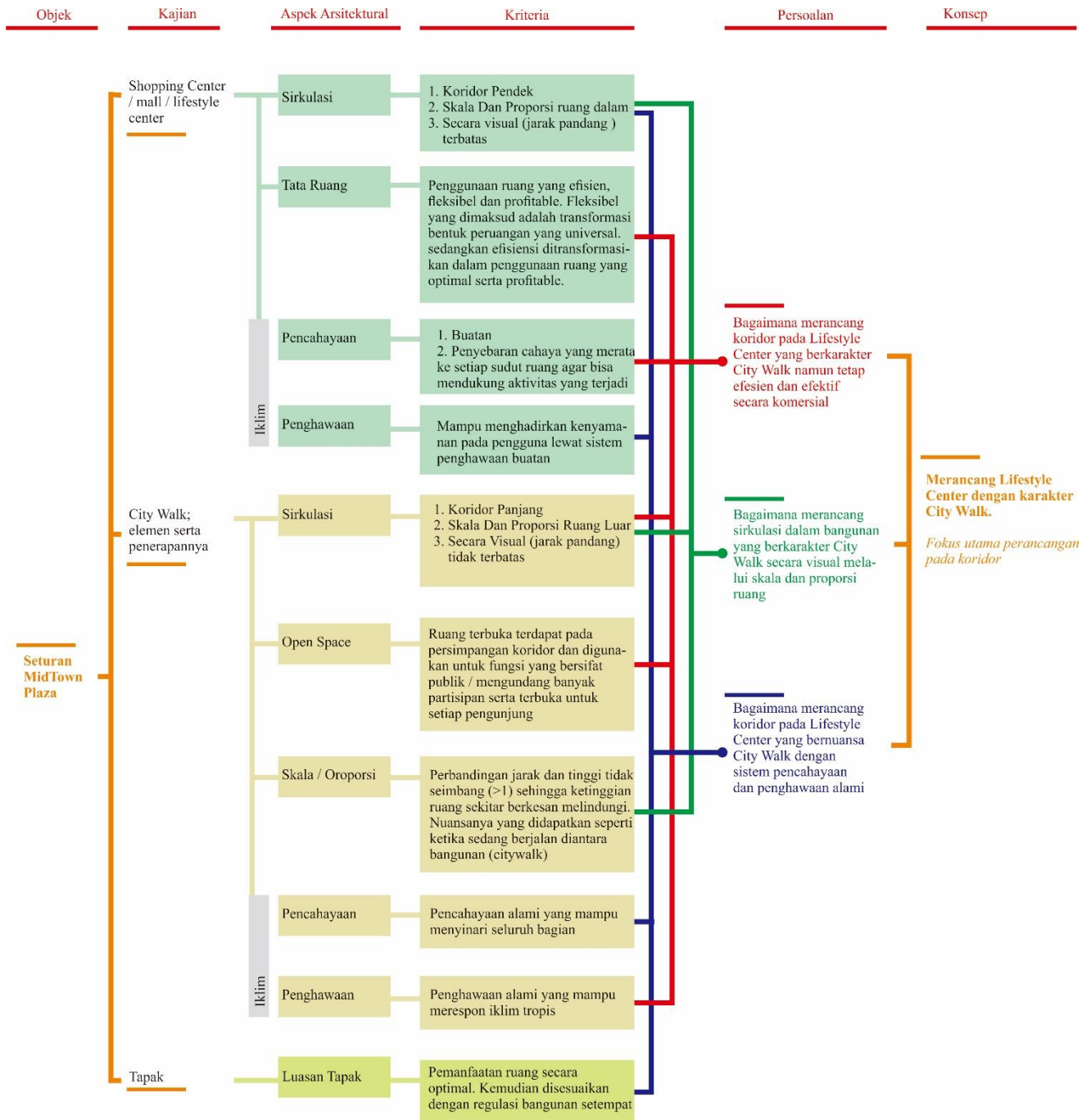
Secara garis besar persamaannya adalah bagaimana menghadirkan Shopping Center yang juga berfungsi sebagai ruang publik. Hanya saja pendekatannya berdasarkan aspek historikal pesanggrahan Ambarukmo. Selain itu perwujudan bentuk nantinya juga pasti akan berbeda karena Seturan Midtown Plaza dipengaruhi oleh keberadaan elemen City Walk sehingga bakal berbentuk gubahan-gubahan yang terpisah namun dihubungkan oleh koridor inti.

## 1.9 Kerangka Berfikir



Gambar 1. 3 Kerangka Berfikir

### 1.10 Peta Persoalan



**Gambar 1. 4 Peta Persoalan**

Sumber : Hasil Pemikira

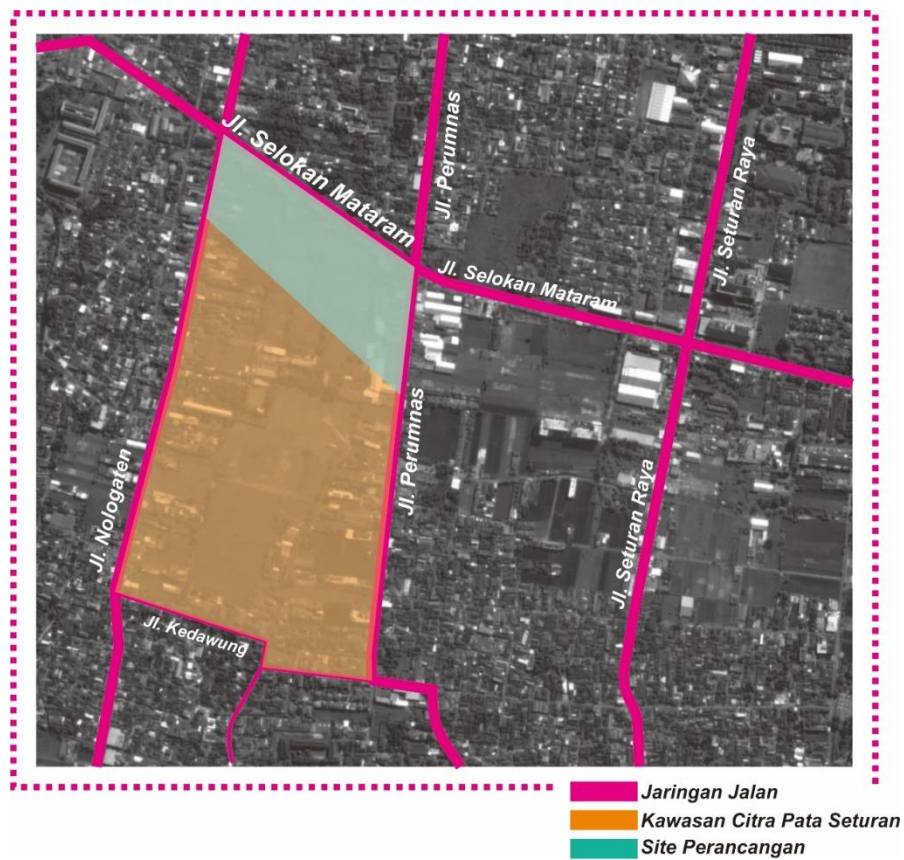
## BAB II

## KAJIAN TEMA PERANCANGAN

## 2.1 Lokasi Perancangan

Lokasi Site : Jl. Selokan Mataram, Kecamatan Depok, Sleman

Luas Site : 42,362 m<sup>2</sup> (dipakai 25,793 m<sup>2</sup>)



**Gambar 2. 1** Site Perancangan

Sumber : Ilustrasi penulis, Google Earth (2017)

### 2.1.1 Profil Kawasan Perancangan (Rencana Pengembangan)

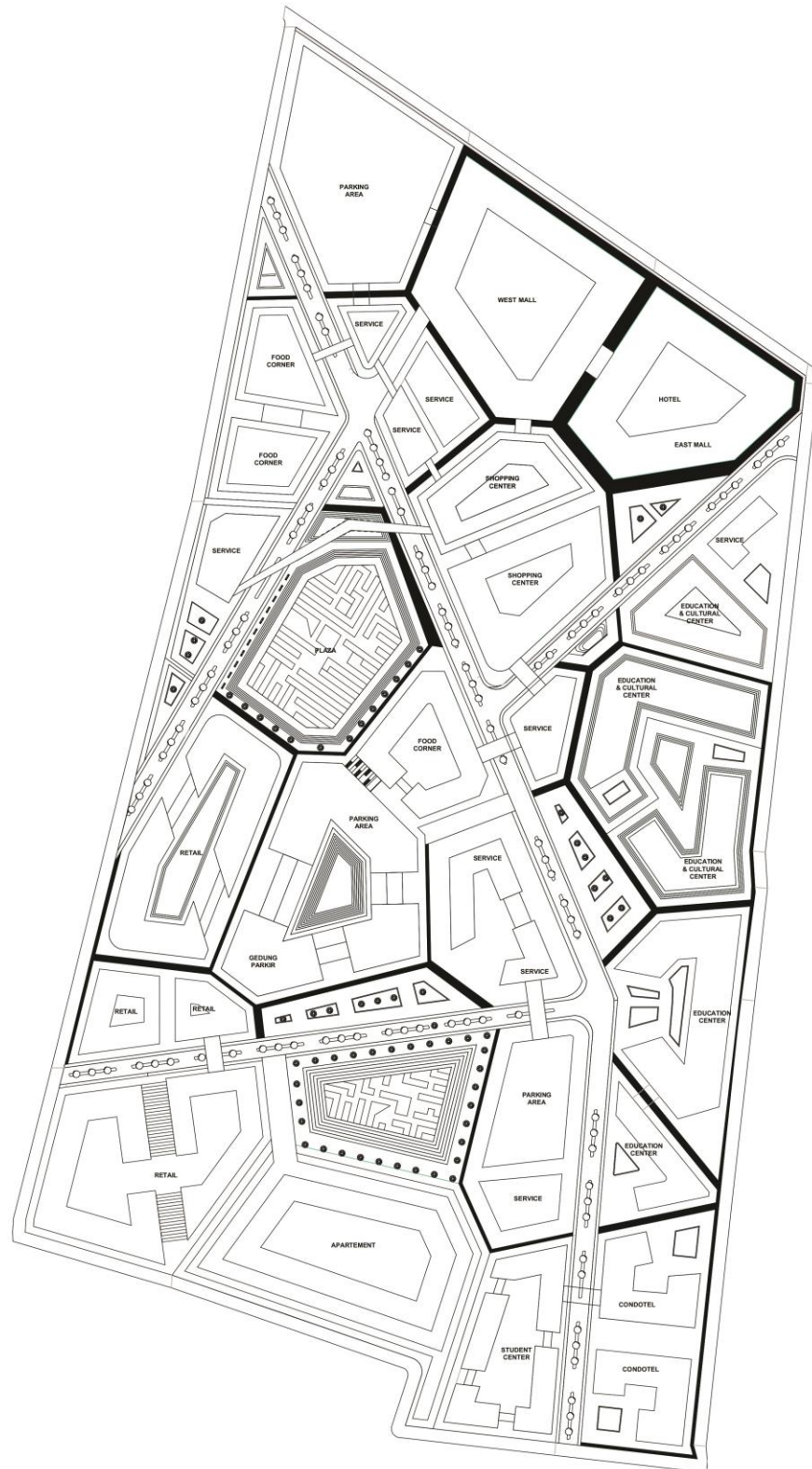


**Gambar 2. 2 Citra Pata Seturan**

*Sumber : Ilustrasi penulis*

Lokasi perancangan berada di kawasan Citra Pata Seturan, yang merupakan kawasan terpadu yang dirancang dengan gagasan “Life Between Building”. Berikut batasan wilayah pada rencana pengembangan kawasan Citra Pata Seturan;

|         |   |                     |
|---------|---|---------------------|
| Utara   | : | Jl. Selokan Mataram |
| Selatan | : | Jl. Kedawung        |
| Barat   | : | Jl. Nologaten       |
| Timur   | : | Jl. Perumnas        |



**Gambar 2. 3 Citra Pata Seturan**

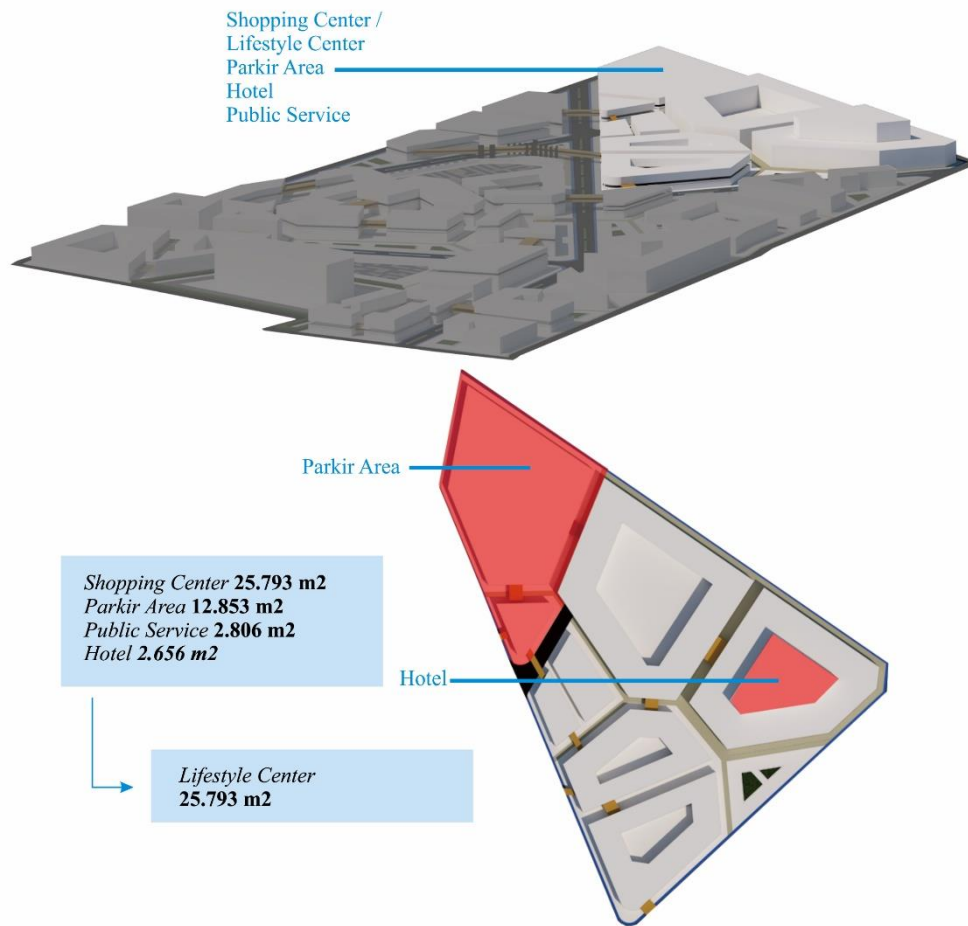
*Sumber : Citra Pata Seturan – Life Between Building (2016)*

| NO | NAMA             | LUAS AREA | KDB | KLB | COURTYARD | LB |
|----|------------------|-----------|-----|-----|-----------|----|
| 1  | Parking Area     | 12,853    | 80  | 2   |           | 3  |
| 2  | West Mall        | 15,522    | 90  | 4   | 5,159     | 4  |
| 3  | Hotel            | 2,656     | 90  | 8   |           | 9  |
| 4  | East Mall        | 10,271    | 90  | 4   |           | 4  |
| 5  | Shopping Center  | 6,191     | 80  | 2   | 964       | 3  |
| 6  | Shopping Center  | 7,722     | 75  | 2   | 1,263     | 3  |
| 7  | Open Space       | 1,986     |     |     |           |    |
| 8  | Service          | 2,806     | 60  | 2   |           | 3  |
| 9  | Student Center   | 5,325     | 65  | 2   | 595       | 3  |
| 10 | Cultural Center  | 7,464     | 50  | 2   |           | 4  |
| 11 | Cultural Center  | 8,167     | 40  | 2   |           | 5  |
| 12 | Open Space       | 3,317     |     |     |           |    |
| 13 | Student Center   | 9,995     | 55  | 2   |           | 4  |
| 14 | Education Center | 4,156     | 40  | 2   |           | 5  |
| 15 | Apartement       | 5,526     | 45  | 3   |           | 7  |
| 16 | Apartement       | 4,731     | 50  | 3   |           | 6  |
| 17 | Student Center   | 7,787     | 55  | 2   | 1,098     | 4  |
| 18 | Rest Area        | 8,862     | 60  | 2   |           | 3  |
| 19 | Hotel            | 14,119    | 30  | 3   |           | 10 |
| 20 | Open Space       | 9,115     |     |     |           |    |
| 21 | Retail           | 6,509     | 45  | 2   |           | 4  |
| 22 | Retail           | 8,391     | 55  | 2   |           | 4  |
| 23 | Retail           | 3,049     | 60  | 2   | 340       | 3  |
| 24 | Retail           | 2,397     | 55  | 2   | 56        | 4  |
| 25 | Open Space       | 3,133     |     | 2   |           |    |
| 26 | Service          | 8,181     | 60  | 2   |           | 3  |
| 27 | Rest Area        | 14,784    | 65  | 2   | 2,555     | 3  |
| 28 | Retail           | 12,127    | 55  | 2   | 2,720     | 4  |
| 29 | Open Space       | 1,721     |     |     |           |    |
| 30 | Service          | 2,767     | 65  | 2   |           | 3  |
| 31 | Food Corner      | 3,824     | 65  | 2   |           | 3  |
| 32 | Food Corner      | 4,173     | 70  | 2   |           | 3  |
| 33 | Service          | 2,041     | 50  | 2   |           | 4  |
| 34 | Service          | 4,058     | 65  | 2   |           | 3  |
| 35 | Open Space       | 860       |     |     |           |    |
| 36 | Open Space       | 14,368    |     |     |           |    |
| 37 | Service          | 2,577     | 65  | 2   |           | 3  |
| 38 | Food Corner      | 6,232     | 55  | 2   |           | 4  |

Gambar 2. 4 Land Use Ratio

Sumber : Citra Pata Seturan – Life Between Building (2016)

Kawasan Citra Pata Seturan merupakan “Mixed Use Complex with Multi-Layers Pedestrian Linkage”. Kawasan ini berhasil menghubungkan ruang dalam bangunan dan ruang luar bangunan melalui arcade (ground) dan skybridges (Upper).



**Gambar 2. 5** Land Use Ratio

*Sumber : Ilustrasi penulis (2017)*

Berdasarkan *guideline* yang telah ditetapkan pada rencana pengembangan kawasan Citra Pata Seturan, maka diperoleh regulasi terhadap peraturan bangunan setempat.

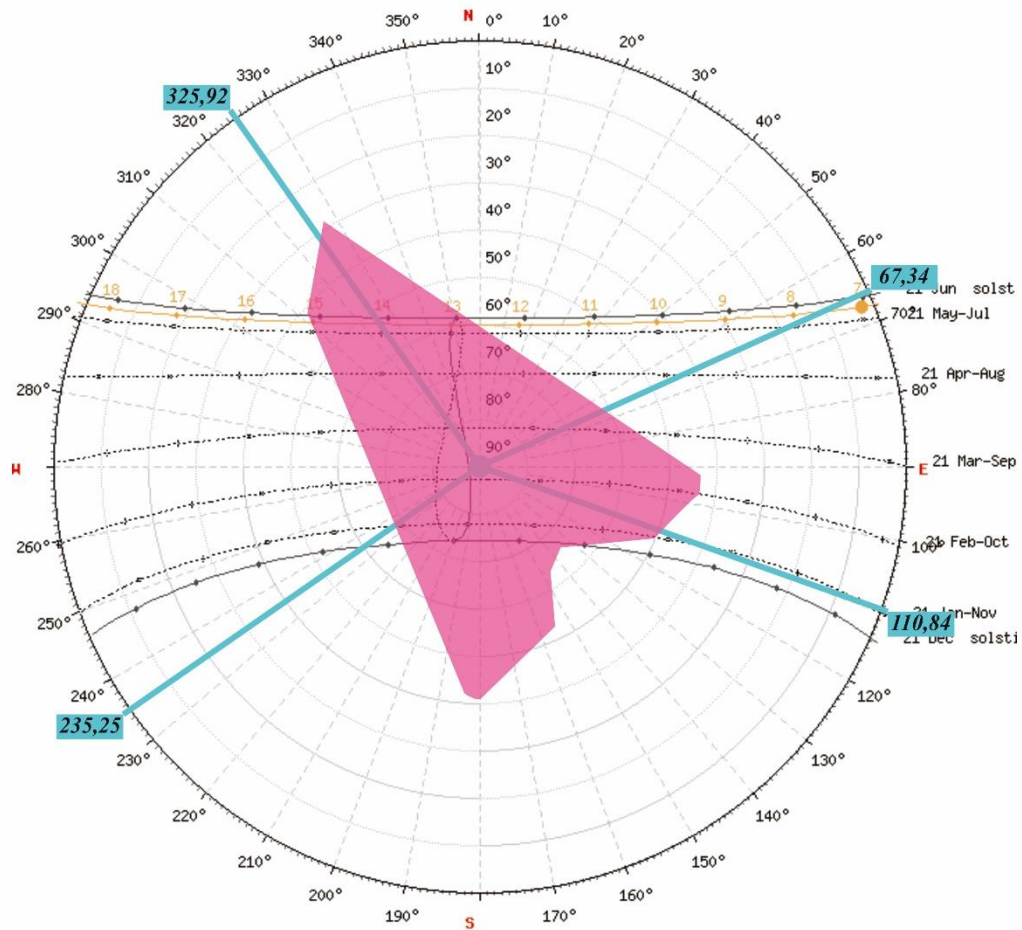
- Luas Area : 25,793 m<sup>2</sup> (Shopping Center) + 12,853 (Parkir)  
: 38,646
- KDB : 90 % / 34,781,4 m<sup>2</sup>

- KLB : 4
- Courtyard : 5,159 m<sup>2</sup>

## 2.1.2 Data Iklim Site

### 2.1.2.1 Kajian Site Terhadap Matahari

Site terletak pada koordinat -7.7709482, 110.4035425. Dalam kajian site terhadap matahari, diambil bulan-bulan kritis yaitu bulan Juni dan Desember.

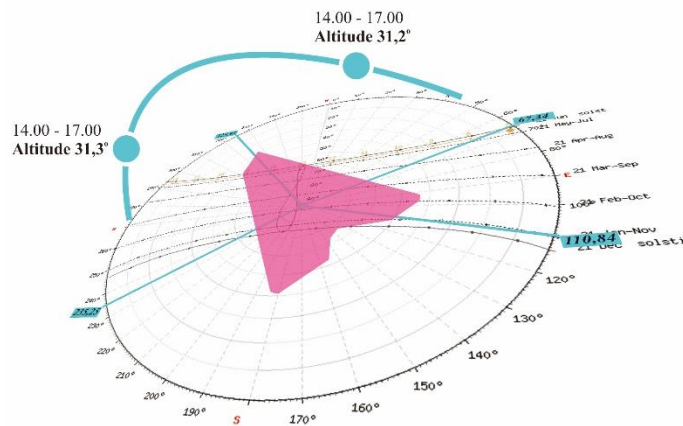


**Gambar 2. 6** Sudut kritis matahari terhadap site perancangan

Sumber : Ilustrasi Penulis (2017)

Pada gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pada bulan Juni, posisi matahari kritis berada pada sudut *Azimuth*  $67,34^{\circ}$  untuk pukul 07.00 hingga pukul 10.00 dan  $325,92^{\circ}$ , untuk pukul 14.00 hingga pukul 17.00. Sementara posisi sudut matahari kritis pada bulan Desember berada pada sudut *Azimuth*  $110,84^{\circ}$  untuk pukul 07.00 hingga pukul 10.00 dan  $235,25^{\circ}$ , untuk pukul 14.00 hingga pukul 17.00

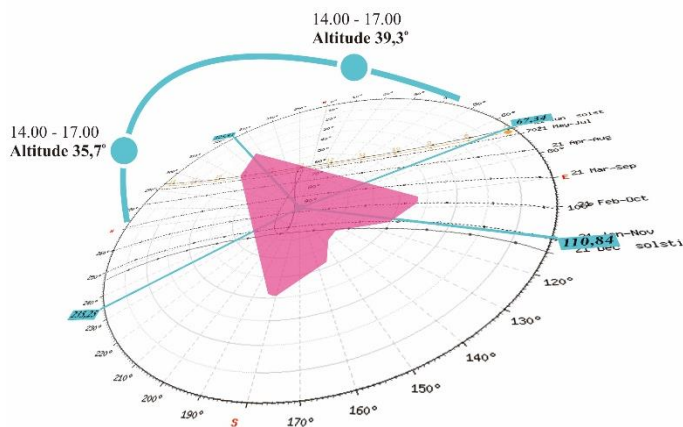
Sudut *Altitude* yang dibentuk oleh sudut *Azimuth*  $67,34^{\circ}$  pada bulan Juni adalah  $31,2^{\circ}$  dan untuk sudut *Azimuth*  $325,92^{\circ}$  adalah  $31,3^{\circ}$



**Gambar 2. 7** Sudut Altitude pada bulan Juni

Sumber : Ilustrasi Penulis (2017)

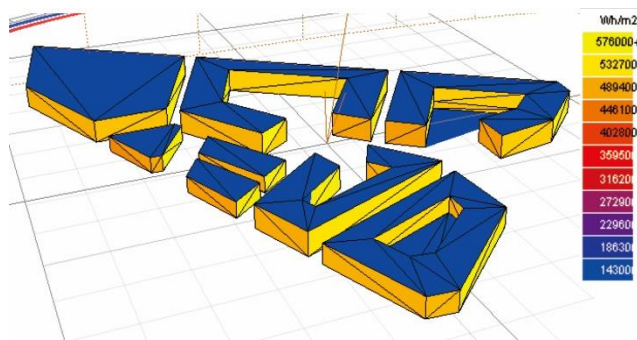
Sementara sudut *Altitude* yang dibentuk oleh sudut *Azimuth*  $110,84^{\circ}$  pada bulan Desember adalah  $39,3^{\circ}$  dan untuk sudut *Azimuth*  $235,25^{\circ}$  adalah  $35,7^{\circ}$



**Gambar 2. 8** Sudut Altitude pada bulan Desember

*Sumber : Ilustrasi Penulis (2017)*

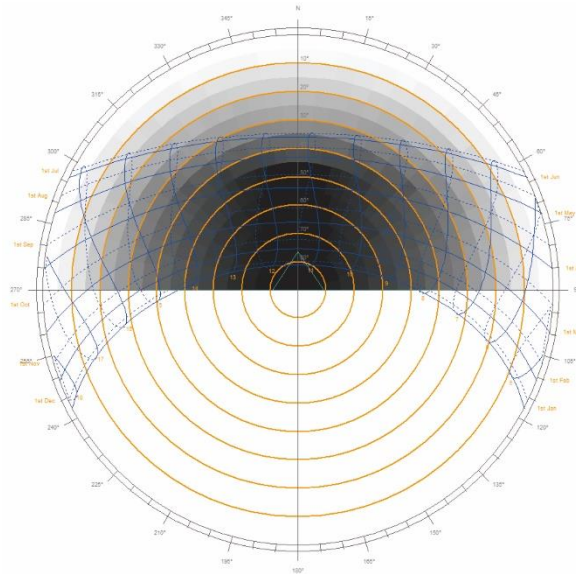
Kemudian data tersebut disimulasikan dengan bantuan software Ecotect untuk mengetahui radiasi yang terjadi di sekitar site perancangan. Hasil simulasi tersebut memberikan gambaran tentang memperoleh kenyamanan melalui pola orientasi masa bangunan. Adapun hasil tersebut dijelaskan pada gambar dibawah ini



**Gambar 2. 9** Hasil simulasi radiasi sinar matahari

*Sumber : Ecotect (2017)*

Adapun dibawah ini merupakan data ilustrasi rata-rata bayangan jatuh yang diperoleh melalui simulasi dengan menggunakan software ecotect. Nilai *azimuth* serta *altitude* menyesuaikan data iklim yang ada pada software tersebut. **Dari hasil ini didapatkan bahwa bayangan yang jatuh pada site sebagian besar berorientasi pada arah utara dan barat daya sehingga hemat penulis, area tersebut bisa digunakan untuk ruang publik atau ruang terbuka yang terdapat banyak ragam interaksi.**



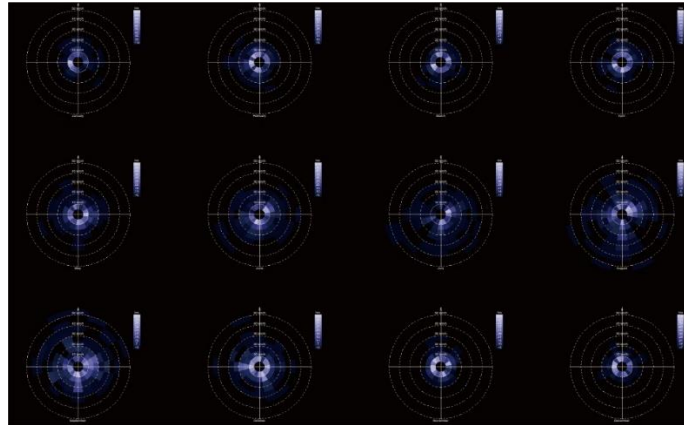
**Gambar 2. 10** Total rata-rata bayangan jatuh per tahun

*Sumber : Ilustrasi penulis (2017)*

Dengan demikian untuk kenyamanan daylighting ataupun menghindari radiasi panas sinar matahari kritis gubahan massa bangunan perlu dibuat memanjang dimana orientasi sisi panjang bangunan hanya bisa menghadap antara sudut  $67,34^{\circ}$  dan  $325,92^{\circ}$  serta antara sudut  $110,84^{\circ}$  dan  $235,25^{\circ}$  . Sementara sirip bangunan harus memperhitungkan sudut datang matahari pada  $31,2^{\circ}$  dan  $31,3^{\circ}$  serta  $39,3^{\circ}$  dan  $35,7^{\circ}$

#### 2.1.2.2 Kajian Site Terhadap Angin

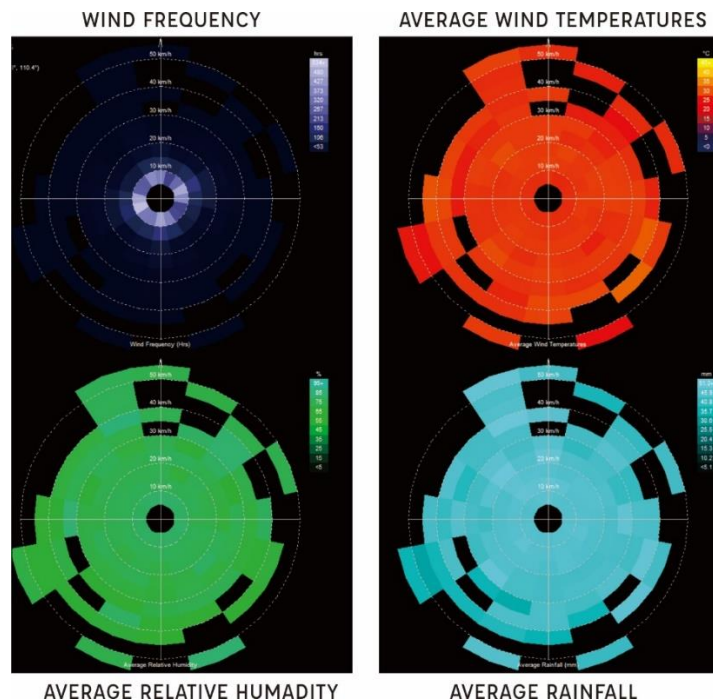
Kajian ini yang nantinya memberikan pengaruh besar terhadap orientasi bangunan dikarenakan perancangan pusat perbelanjaan ini menitikberatkan fokus terhadap penghawaan alami yang terdapat pada koridor ruang luar bangunan.



**Gambar 2. 11** Rata-rata kecepatan angin selama 1 tahun

*Sumber : Ecotect (2017)*

Gambar diatas merupakan hasil simulasi arah angin pada site perancangan dengan bantuan software ecotect. Dari data tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa di daerah Yogyakarta khususnya pada site perancangan angin bertiup rata-rata (per tahun) dari arah barat daya dan selatan dengan kecepatan 8 - 15 km/jam. Hasil tersebut juga sesuai dengan data iklim yang dirilis oleh BMKG DIY pada tahun 2015 sehingga bisa untuk dijadikan acuan dalam mendesain.

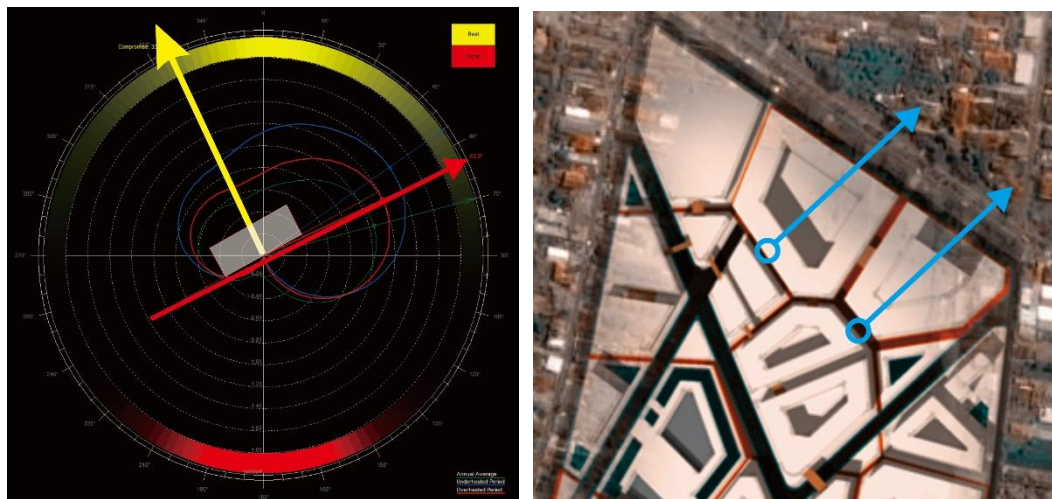


### Gambar 2. 12 Kecepatan, kelembapan, dan suhu angin rata-rata

Sumber : Ecotect (2017)

Angin yang bertiup rata – rata (per tahun) memiliki temperatur 22 – 33°C dengan kelembapan 42 – 80. Kemudian tekanan udara 1010,1 dan curah hujan per bulan di angka 129,0. Dari data – data tersebut kemudian dilakukan simulasi dengan bantuan software ecotect untuk menemukan orientasi bangunan (rekomenadasi).

Hasil simulasi menunjukan rekomenadi orientasi bangunan adalah ke arah barat daya (kuning) dan yang warna merah merupakan orientasi yang paling dihindari. Hasil tersebut tentu sedikit berbeda dengan pola penetapan gubahan masa yang telah diatur dalam rencana pengembangan kawasan Citra Pata Seturan.

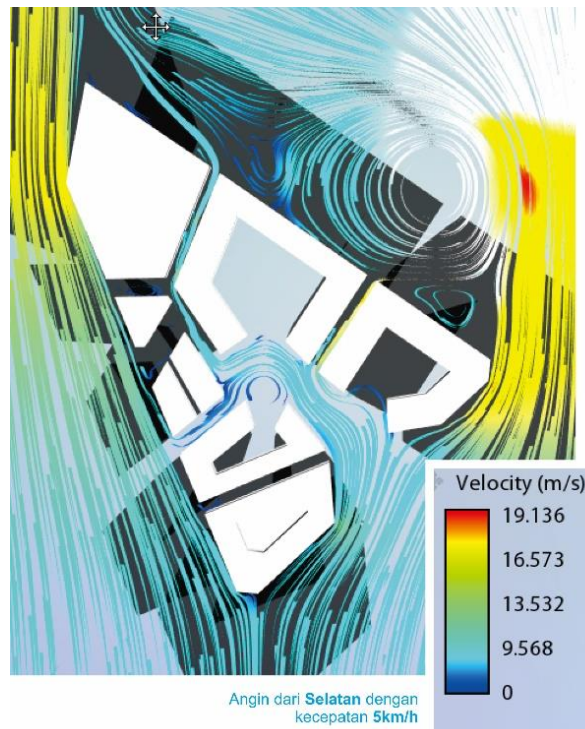


### Gambar 2. 13 Orientasi Bangunan

Sumber : Ecotect, Ilustrasi penulis (2017)

Masih terdapat banyak gubahan yang berorientasi pada arah timur laut sekalipun masih ada gubahan di seberang yang berhadapan. Sehingga diambil kesimpulan diperlukan perubahan pada pola perletakan gubahan massa karena dikhawatirkan terjadi turbulensi yang mengakibatkan

kurangnya daya dukung secara kontekstual terhadap penerapan penghawaan alami pada koridor.



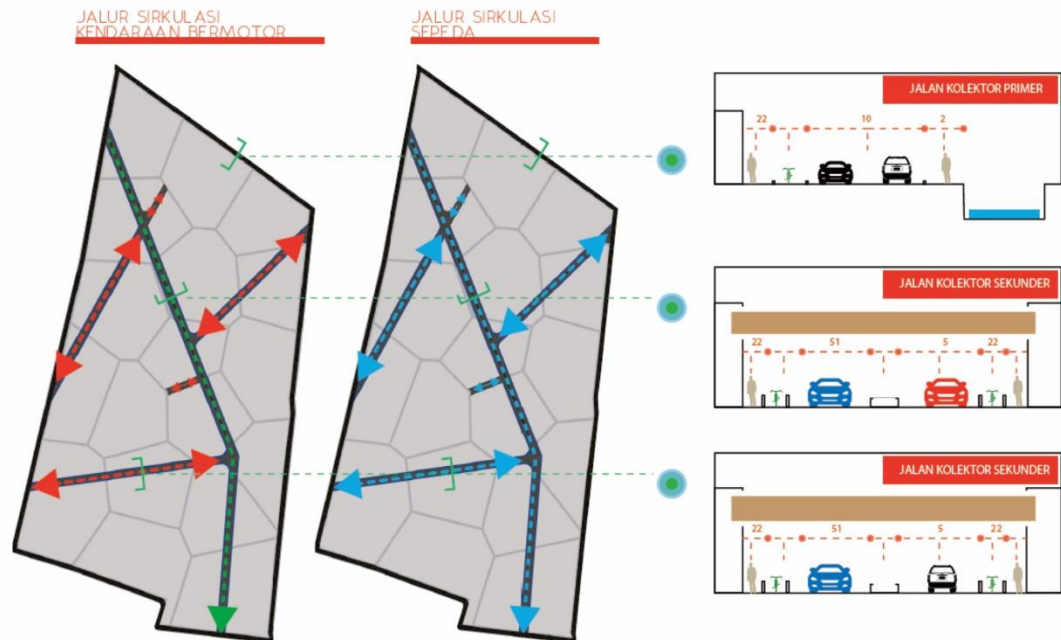
**Gambar 2. 14** Analisis Aliran udara pada site

*Sumber : Ecotect, Ilustrasi penulis (2017)*

Gambar diatas merupakan hasil simulasi dengan menggunakan software Flow Design untuk mengetahui aliran angin pada site. Simulasi menggunakan pola perletakan gubahan massa yang sesuai dengan dokumen rencana pengembangan kawasan Citra Pata Seturan. **Hasil yang didapatkan adalah masih terdapat turbulensi pada beberapa bagian sehingga perlu adanya sedikit perubahan pada pola gubahan massa agar bisa membentuk lorong angin yang menunjang penghawaan alami pada koridor.**

### 2.1.3 Kajian Sirkulasi Dan Pola Pergerakan<sup>10</sup>

#### 1. Sirkulasi Kendaraan Bermotor



**Gambar 2. 15** Citra Pata Seturan

Sumber : Citra Pata Seturan – Life Between Building (2016)

- Sistem sirkulasi kendaraan bermotor menerapkan sistem satu arah maupun dua arah
- Setiap koridor jalan memiliki lebar 10 meter dengan median jalan berada di tengah
- Ukuran median jalan 1 meter dan terdapat pepohonan
- Khusus mobil maupun motor memiliki lebar 5 meter setiap jalurnya, sedangkan sepeda memiliki lebar 2 meter.

<sup>10</sup> Rizky Suhri, Muhammad. 2017. 7th Architecture Design Studio - Citra Pata Seturan. Yogyakarta; Universitas Islam Indonesia

## 2. Parkir

- Terdapat 3 gedung parkir di kawasan perancangan
- Masing-masing gedung parkir memiliki ketinggian 4 sampai 6 meter
  - Bangunan komersial yang memiliki daya tampung diatas rata-rata diwajibkan untuk memiliki kantung parkir tersendiri seperti basement, sehingga tidak menimbulkan kemacetan.
  - Tidak diberlakukan on street parking karena bisa berdampak pada kemacetan.



**Gambar 2. 16** Citra Pata Seturan

Sumber : Citra Pata Seturan – *Life Between Building* (2016)

## 4. Sirkulasi Pejalan Kaki



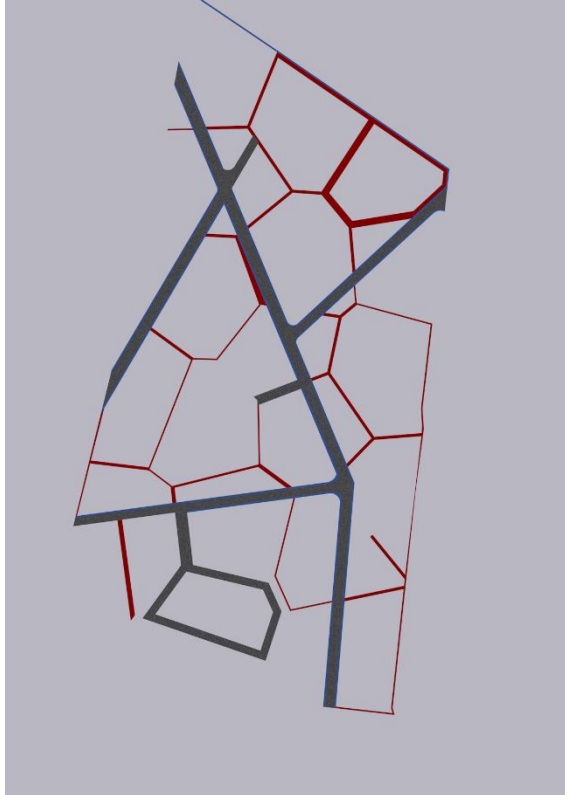
**Gambar 2. 17** Citra Pata Seturan

*Sumber : Citra Pata Seturan – Life Between Building (2016)*

- Terdapat 2 sistem untuk pejalan kaki, pedestrian on ground dan skyways
- Pedestrian on ground memiliki lebar 5 – 10 meter dan menggunakan paving berongga agar air bisa menembus ke tanah.
- Tidak diperbolehkan melakukan transaksi jual-beli (barang) di sepanjang koridor pedestrian on ground
- Skyways memiliki lebar koridor 2 – 10 meter.
- Skyways yang melintasi kendaraan bermotor memiliki ketinggian 8 – 10 meter sedangkan yang tidak melintasi kendaraan bermotor hanya memiliki ketinggian 4 – 6 meter.
- Bangunan yang berada pada skyways network harus memberikan sebagian

ruang (space) untuk skyways network yang mengelilingi bangunan.

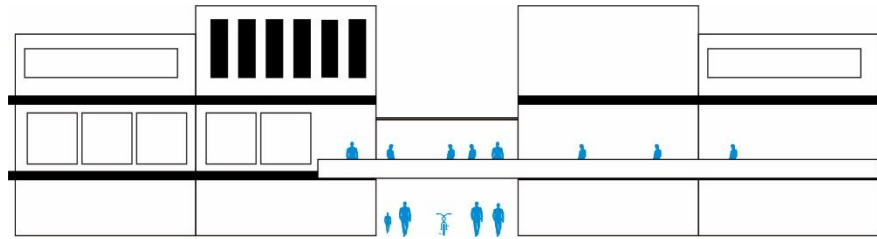
- Terdapat pembatas (railing) setinggi 1 – 2 meter di setiap koridornya
- Skyways bersifat terbuka; menggunakan penghawaan alami



**Gambar 2. 18** Citra Pata Seturan

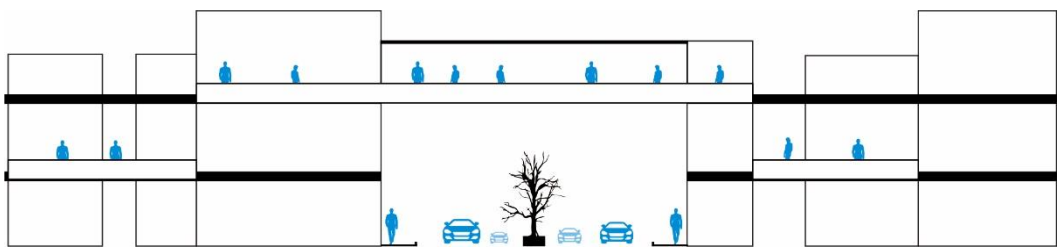
*Sumber : Citra Pata Seturan – Life Between Building (2016)*

### 2.1.4 Kajian Skyline Lokasi Perancangan



**Gambar 2. 19** Skyline Citra Pata Seturan Section 1 (Skyways 1)

*Sumber : Ilustrasi penulis (2017)*



**Gambar 2. 20** Skyline Citra Pata Seturan Section 2 (Skyways 2)

*Sumber : Ilustrasi penulis (2017)*

### 2.1.5 Kesimpulan Kajian Lokasi Perancangan

Jika merujuk pada dokumen rencana pengembangan (guideline) kawasan Citra Pata Seturan maka masih terdapat beberapa bagian yang harus diperhatikan seperti orientasi bangunan dan aksesibilitas sehingga bisa menunjang karakter *City Walk* pada sebuah pusat perbelanjaan.

## 2.2 Shopping Center / Lifestyle Center

### 2.2.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan atau Lifestyle Center

- Pengertian dari pusat perbelanjaan adalah kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu untuk memberikan

kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan penataan barang dagangan yang terekspose secara maksimal.<sup>11</sup>

- Menurut International Council of Shopping Center (ICSC) tahun 2013, pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir.
- Pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat.<sup>12</sup>
- Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan bahwa Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal atau horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks bangunan komersil yang dirancang dan direncanakan berserta retail-retail dan fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dalam aktifitas perdagangan yang diwadahnya.

Aktivitas perdagangan dalam pusat perbelanjaan modern ini tidak disertai tawar menawar seperti halnya pada pasar tradisional. Pusat perbelanjaan modern merupakan pusat perbelanjaan dengan sistem pelayanan mandiri atau dilayani pramuniada, menjual berbagai jenis barang secara eceran. Pusat perbelanjaan modern biasanya terdiri dari tenant-tenant yang disewakan kepada pelaku usaha

---

<sup>11</sup> Chiara, J. D & Crosbie., 2001. *Time Saver Standart For Building Types*. 4th penyunt. Sigapore: McGraw – Hill Book Co. Hlm. 119

<sup>12</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia – Online

serta terdapat anchor tenant berupa department store atau supermarket. (Francisca, 2014)

**Pusat perbelanjaan modern merupakan transformasi dari pusat perbelanjaan konvensional kemudian menjadi shopping mall, peningkatan kebutuhan dan pembaharuan teknologi akhirnya melahirkan sarana baru. Belakangan ini pusat perbelanjaan dikombinasikan dengan layanan lain yang bersifat rekreasi seperti restoran, bioskop, dan pameran seni-budaya. Pembaharuan ini sebagai sikap konsumen yang semakin diskriminatif dan selektif terhadap ritel tradisional.**

### **2.2.2 Fungsi Pusat Perbelanjaan**

Sebagai sarana komersial tentu Lifestyle Center memiliki fungsi ekonomi, yaitu sebagai pendukung dinamisasi perekonomian kota dan wadah penampungan serta penyaluran produksi dari produsen untuk kebutuhan masyarakat (konsumen).<sup>13</sup> Selain itu perbedaan Lifestyle Center dengan Shopping Center seperti Mall terletak pada aktivitas yang terjadi. Seperti yang diketahui Lifestyle Center lebih dari sekedar sarana bertansaksi ekonomi, melainkan juga untuk tempat menghabiskan waktu untuk bersantai dan menjadi ruang produktif dengan hadirnya kantor di tengah-tengah pusat perbelanjaan.

---

<sup>13</sup> Maitland, B. 1985. Shopping Malls-Planning and Design. New York. Langman Group Limited (Dalam tugas akhir Wibowo, A. S.. 1999. Shopping Street. Yogyakarta:Universitas Gajah Mada)

### 2.2.3 Fungsi Pendukung



**Gambar 2. 21** Fungsi Lifestyle Center

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

- A. Gathering
- B. Dinning
- C. Showing
- D. Working
- E. Leisure

Fasilitas yang biasanya ada dibedakan menurut<sup>14</sup> :

- Dinning meliputi Foodcourt, restaurant, fast food, dan kafe
- Leisure meliputi Bioskop, auditorium,
- Working meliputi Co-Working Space
- Showing meliputi ruang pameran atau pertunjukan (ampitheatre, dsb)
- Gathering meliputi Community Center, pedestrian

<sup>14</sup> Chiara, J. D & Crosbie., 2001. *Time Saver Standart For Building Types*. 4th penyunt. Sigapore: McGraw – Hill Book Co. Hlm. 713

### 2.2.4 Unsur Dalam Pusat Perbelanjaan

Shopping Center merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen<sup>15</sup> :

- Anchor (magnet) merupakan transformasi dari “node” dapat pula berfungsi landmark, perwujudan berupa palza dalam pusat perbelanjaan
- Secondary Anchor (magnet sekunder) merupakan transformasi dari “distrik” perwujudannya berupa perkumpulan retail yang dihubungkan oleh pedestrian
- Koridor merupakan transformasi dari “path” yang berfungsi menghubungkan antar magnet.
- Lansekap (pertamanan) merupakan transformasi dari “edges” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat atau ruang luar

### 2.2.5 Tipe Pusat Perbelanjaan

#### 2.2.5.1 Menurut Jenis Fisik

Menurut jenis fisik dari bangunan, toko dibedakan menjadi<sup>16</sup>:

a. Shops Unit

Unit Retail dengan area untuk berjualan kurang dari 400m<sup>2</sup>

b. Department Store

Toko yang menawarkan banyak pilihan barang dan biasanya area untuk berjualan lebih dari 10.000 m<sup>2</sup> – 20.000 m<sup>2</sup>

c. Supermarket

---

<sup>15</sup> Rubenstein, H. M., 1978. Central City Mall. New York: A Willey Inter Science Publication.

<sup>16</sup> Northen, F. R., 1977. Shopping Center a Developer's Guide to Planning and Design. New York: College Management. Hlm 1-4 (Dalam Tugas Akhir Francisca, 2014. Pusat Perbelanjaan Modern Di Yogyakarta) Yogyakarta: Univesitas Atma Jaya Yogyakarta

Toko makanan dengan sistem self service dan memiliki area minimum untuk berjualan 400m<sup>2</sup>

d. Cash, Carry, Retail Warehouse

Bangunan yang digunakan untuk menyimpan dan menjual barang didiskon untuk pedagang maupun anggota masyarakat

e. Superstores

Pertokoan dengan area berjualan lebih besar dari 2.500m<sup>2</sup>

f. Hypermarket

Lokasi hypermarket selalu berada jauh dari tengah kota dan area untuk berjualannya lebih dari 5.000 m<sup>2</sup>

g. Shopping Arcade

Terdiri dari pederstrian yang sempit dan tertutup, dengan toko-toko di kedua sisi, memiliki lebar yang hanya cukup untuk dilewati pengunjung, dan tanpa tempat duduk, tanaman dan perabotan lain

h. Shopping Mall

Terdiri dari 3 – 3,5 meter area untuk berjualan yang berada di depan pertokoan yang berada di sisi-sisinya dan pusat reservasi sebesar 4-8 meeter.

### 2.2.5.2 Menurut validasi barang yang dijual

Pusat perbelanjaan dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu<sup>17</sup>;

- Specialty Shop; Toko yang menjual barang sejenis seperti sepatu, pakaian, dan sebagainya.

---

<sup>17</sup> Baddington, Nadine., 1982. Design For Shopping Center. London: Butterworth, Design Series

- Variety Shop; Toko yang menjual bermacam-macam barang dengan area 200m<sup>2</sup> hingga 15.000m<sup>2</sup>

### 2.2.5.3 Menurut luar areal pelayanan

| Segmentasi            | Jangkauan Pelayanan (orang) | Luas Bangunan (m <sup>2</sup> ) | Penyewa Tempat                                                                          |
|-----------------------|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Neighborhood Center   | 3.000-40.000                | 3.000-10.000                    | Pasar Swalayan, restoran fast food ,dan toko-toko jasa                                  |
| Community Center      | 40.000-150.000              | 10.000-30.000                   | Department store, Pasar swalayan, dan toko-toko pakaian kasual                          |
| Regional Center       | 150.000-500.000             | 30.000-60.000                   | Department Store, Pasar swalayan, berbagai jenis toko dan restoran                      |
| Super Regional Center | >500.000                    | >100.000                        | Department store, pasar swalayan,beberapa toko besar (subanchor) seperti toko buku, Dll |

**Tabel 2. 1** Segmentasi Mall

*Sumber: Pilars dalam Wagner (2009)*

Berdasarkan tabel segmentasi diatas, maka perancangan Seturan Midtown Plaza jika dilihat dari luasan areanya maka tergolong sebagai Community Center. Didalamnya terdapat Departmen Store (Anchore Tenant) serta retail-retail lainnya.

#### 2.2.5.5 Menurut jenis barang yang dijual

Menurut jenis barang yang dijual pusat perbelanjaan modern dapat dibedakan menjadi<sup>18</sup> :

- Demand (permintaan), yaitu kebutuhan sehari-hari yang menjadi kebutuhan pokok
- Semi Demand (setengah permintaan); yaitu yang menjual barang-brang untuk kebutuhan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.
- Implus (barang yang menarik), yaitu yang menjadi barang-barang mewah yang menggerakkan hati konsumen pada waktu tertentu untuk membelinya.
- Drugery, yaitu yang menjual barang-barang higienis seperti sabun, parfum, dan lain-lain

#### 2.2.6 Tipologi Pusat Perbelanjaan

Macam-macam tipologi pusat perbelanjaan<sup>19</sup> :

##### A. Pusat Perbelanjaan Terbuka

Terbuka langsung terhadap cahaya matahari, merupakan pusat perbelanjaan tanpa pelingkup, perlindungan terhadap cuaca dilakukan melalui penggunaan canopy menerus sepanjang muka toko. Keuntungannya adalah kesan luas, dari segi pelaksanaan teknis mudah sehingga biaya lebih murah namun kerugiannya berada pada kendala climiting control sehingga berpengaruh pada kenyamanan antara ritel-ritel yang terpisah.

---

<sup>18</sup> Baddington, Nadine., 1982. Design For Shopping Center. London: Butterworth, Design Series

<sup>19</sup> Rubeinstein, H. M., 1978. Central City Mall. New York: A Willey Inter Science Publication.

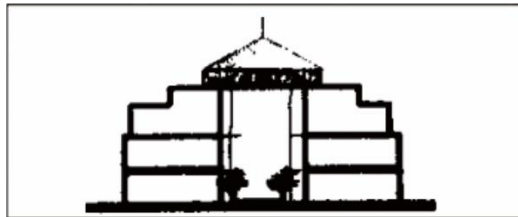


**Gambar 2. 22** Sistem Perbelanjaan Terbuka

*Sumber: Rubeinstein, H. M., Central City (1978)*

#### B. Pusat Perbelanjaan Tertutup

Terlindung dari cuaca, merupakan mall dengan pelindung atap. Keuntungannya adalah climatic control (kenyamanan). Sedangkan kerugiannya berada pada segi pembiayaan yang relatif mahal.

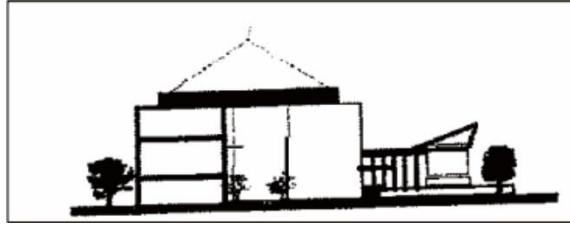


**Gambar 2. 23** Sistem Perbelanjaan tertutup

*Sumber: Rubeinstein, H. M., Central City (1978)*

#### C. Pusat Perbelanjaan Terpadu

Merupakan penggabungan antara pusat perbelanjaan terbuka dan pusat perbelanjaan tertutup. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap kebororsan energi untuk kontrol serta mahalnya biaya teknis pembuatan dan perawatan pada pusat perbelanjaan tertutup. Selain itu, pusat perbelanjaan ini bertujuan untuk mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pusat perbelanjaan dengan bagian tertutup diletakkan ditengah sebagai pusat dan magnet yang dapat menarik pengunjung.



**Gambar 2. 24** Sistem Perbelanjaan Terpadu

*Sumber: Rubeinstein, H. M., Central City (1978)*

### 2.2.7 Sistem Sirkulasi Pada Lifestyle Center

Macam-macam sitem sirkulasi pada pusat perbelanjaan modern<sup>20</sup>:

#### 1. Sistem Banyak Koridor

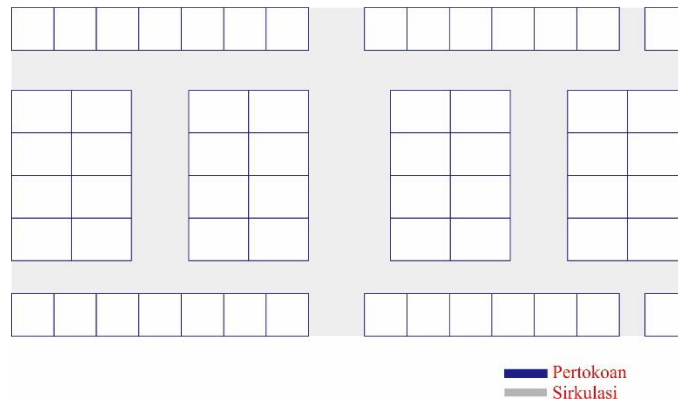
Ciri pusat oerbelanjaan dengan sistem banyak koridor:

- Terdapat banyak koridor tanpa penjelasan orientasi, tanpa ada penekanan, sehingga semua dianggap sama, yang strategis hanya bagian depan atau bagian yang dekat dengan pintu masuk
- Efektifitas pemakaian ruangnya sangat itnggi
- Terdapat banyak pertokoan yang dibangun sekitar tahun 1960-an di Indonesia

Contoh : Pasar Senen dan Pertokoan Duta Merlin

---

<sup>20</sup> Avriansyah, R., 2010. Skripsi: Yogyakarta City Walk Sebagai Activity Generator Bagi Daya Tarik Pusat Komersil. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada. Hlm 20-21



**Gambar 2. 25** Sistem Sirkulasi Banyak Koridor

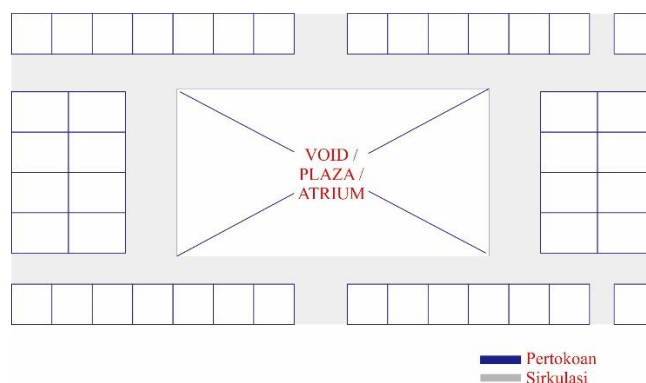
*Sumber: Avriansyah, R., Ilustrasi Penulis (2010, 2017)*

## 2. Sistem Plaza

Ciri pusat perbelanjaan dengan sistem plaza :

- Terdapat plaza atau ruang berskala besar yang menjadi pusat orientasi kegiatan dalam ruang dan masih menggunakan pola koridor untuk efisiensi ruang.
- Mulai terdapat hirarki dari lokasi masing – masing toko, lokasi strategis berada didekat plaza tersebut, serta mulai mengenal pola vide dan mezanin.

Contoh: Plaza Indonesia, Gajah Mada Plaza, Glodok Plaza, Ratu Mas, Plaza Semanggi, Pondok Indah Mall, Ambarukmo Plaza, dan lain-lain.

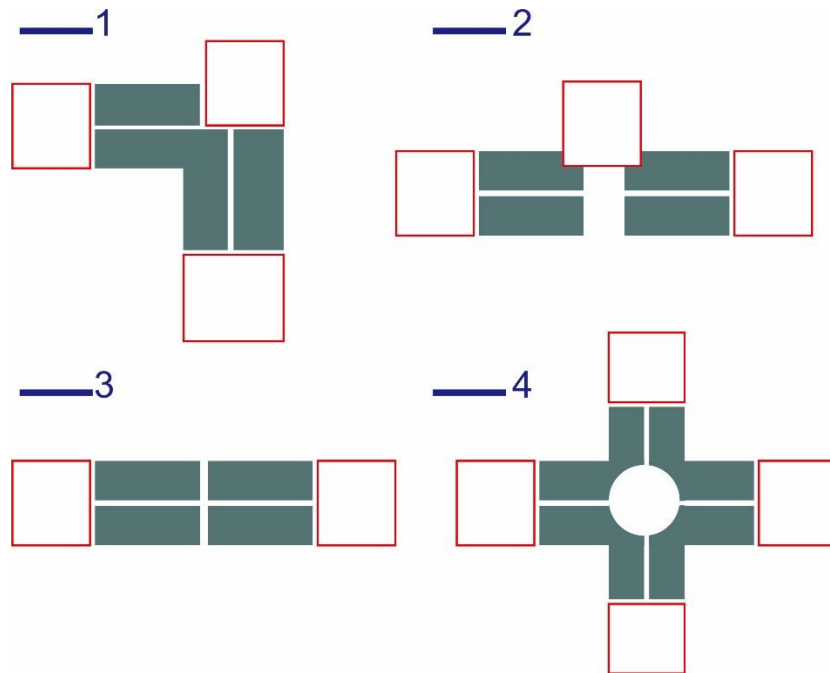


**Gambar 2. 26** Sistem Sirkulasi Plaza

Sumber: Avriansyah, R, *Ilustrasi Penulis* (2010, 2017))

## 2.2.9 Perencanaan Tata Letak Pusat Perbelanjaan

### 2.2.9.1 Variasi Susunan Lay Out Denah Pusat Perbelanjaan<sup>21</sup>



**Gambar 2. 27** Susunan Layout Denah Pusat Perbelanjaan

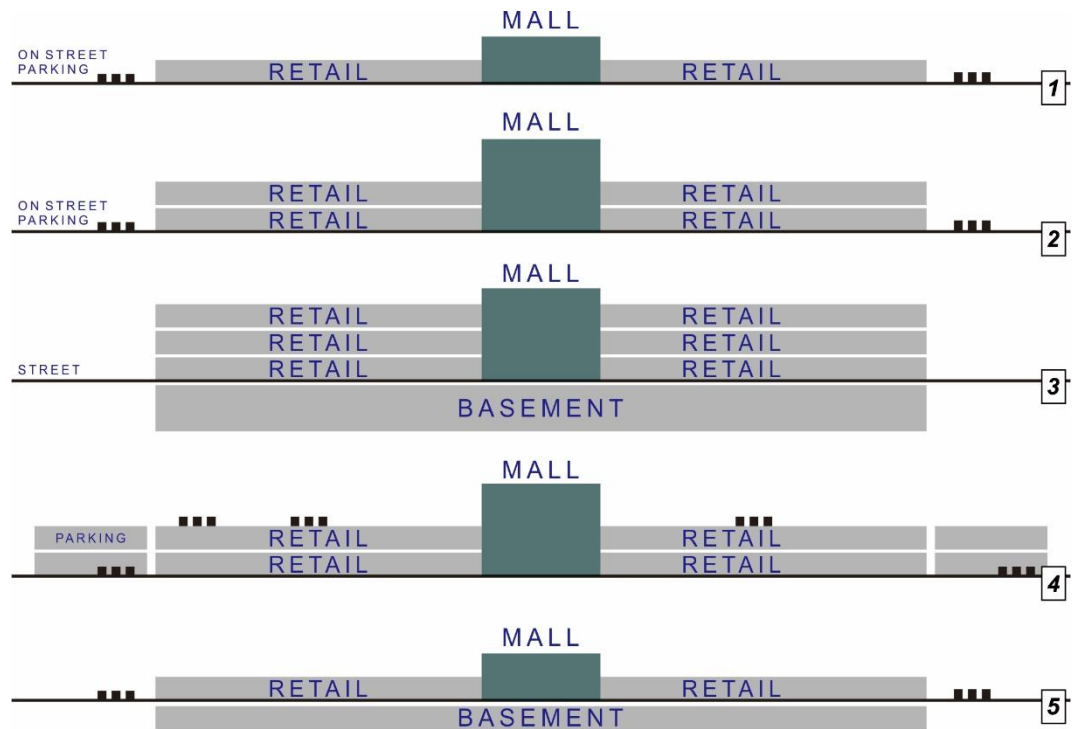
Sumber: Chiara & Crosbie, *Ilustrasi Penulis* (2001, 2017))

- 1) Bentuk klasik, Departement store, 1-2 lantai(Classic 2 departement store plan: 1 or 2 plans with one departement store are rarely undertaken)
- 2) Variasi 3 Departemnt store, 1-2 lantai(one of varios 3 departement store plan, one or two levels)
- 3) 2 Departement store dan rencana pengembangan (2 departement store plan an one or two with future 3 or departement store)

<sup>21</sup> Francisca (2014), Hlm 2.12 – 2.13

- 4) Variasi 4 Departement store, 1-2 lantai (one of varieuse 4 departement plan: 1-2 level)

### 2.2.9.2 Variasi Susunan Multi Level Potongan Pusat Perbelanjaan



**Gambar 2. 28** Susunan Multi Level Potongan Pusat Perbelanjaan

*Sumber: Chiara & Crosbie, Ilustrasi Penulis (2001, 2017)*

- 1) Mall/ atrium, retail parkir 1 lantai (one level mall and retail with grade parking)
- 2) Two level mall and retail with grade parking feeding each level
- 3) Three level mall and retail ini CBD with basement parking
- 4) Two level mall and retail in sub urban CBD with multi-deck contiguous parking feeding each level
- 5) One level mall and retail with leasable basements and truck service tunnel: Ground level for sales only, basement for service.

### 2.2.9.3 Tata Letak Dimensi Pusat Perbelanjaan

Tata letak dan dimensi Pusat Perbelanjaan sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah pusat perbelanjaan. Di negara asalanya Amerika umumnya tata letak yang paling berhasil adalah yang berbentuk sederhana seperti bentuk I, L, dan T. Hal ini sesuai dengan konsep pusat perbelanjaan lainnya yang mempunyai akses ke dalam dengan koridor tunggal sehingga menjadikan semua outlet mempunyai peluang sama untuk dikunjungi konsumen.

Contoh pusat perbelanjaan yang sesuai dengan tata letak sederhana;

- Explanade Oxnard (bentuk Huruf I di California)
- Yorkdale (bentuk huruf L di Toronto)
- Franklin Park Mall (bentuk huruf T di Toledo Ohio)

Untuk dimensi berdasarkan penelitian di Amerika Serikat, panjang minimal 180 meter dan maksimal 240 meter. Ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, namun pada prinsipnya tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung mampu berjalan ke ujung bangunan. Untuk mengantisipasi hal tersebut dan untuk mencapai tujuan, agar setiap outlet mempunyai akses sama terhadap pengunjung, maka diperlukan adanya anchor pada tempat-tempat tertentu, dengan jarak anchor  $\pm 100-200$  meter. Anchor itu dapat berupa square, court, food court atau tempat santai lainnya yang dapat mengalihkan perhatian pengunjung dari kelelahan. Anchor seperti tersebut diatas, harus mempertimbangkan total area yang mewadahi layanan (termasuk court dan square) minimal 10% dari total luas lantai<sup>22</sup>

### 2.2.9.4 Faktor Utama Perencanaan Tata Letak Pusat Perbelanjaan

---

<sup>22</sup> Rubenstein, H. M., 1978. *Shopping Mall, Planning and Design*. New York: Nicoles Publishing. Co. Hlm 89.

Yang menjadi faktor utama perencanaan tat letak pusat perbelanjaan, yaitu<sup>23</sup>:

- Jumlah, ukuran, dan penempatan anchor atau magnet pertokoan tergantung pada tipe pedagang dalam memilih ruang.
- Distribusi, jumlah, dan ukuran standart unit toko dan persyaratan service.
- Adanya obyek menarik serta fasilitas tambahan.
- Tempat keluar masuk pusat perbelanjaan dapat berelasi dengan area transportasi umum, area parkir kendaraan, dan area sirkulasi umum.
- Luas dan penempatan parkir kendaraan.
- Ketersediaan penyewa untuk memperhatikan lingkungan dan konsekuen terhadap efek dari perencanaan.

## 2.2.10 Pusat Perbelanjaan Sebagai Bangunan Komersial

### a. Sasaran Bangunan Komersial

Sasaran fasilitas komersial dapat dicapai dengan memperhatikan citra bangunan, yang mana perlu diperhatikan adalah:

#### 1. Clarity (Kejelasan)

Bertujuan memberikan kejelasan kepada seseorang untuk mengenal suatu fasilitas dengan cepat. Kejelasan ini ditransformasikan dalam bentuk yang komunikatif, ukuran, view, orientasi bangunan dan tekstur yang dominan diantara lingkungannya.

#### 2. Boldness (Kemencolokan)

Yaitu bentuk yang berbeda dengan bangunan disekitarnya, kemencolokan bangunan ini bisa juga dengan iklan komersial yang besar sehingga mudah

---

<sup>23</sup> Northen, F. R., 1977. *Shopping Center a Developer's Guide to Planning and Design*. New York: College of Estate Management. Hlm 24

diingat bagi orang yang melihatnya. Boldness ditransformasikan melalui bentukm bahan, letak, tekstur dan warna.

### 3. Intimacy (Keakraban)

Bertujuan untuk menciptakan suasana yang membuat orang merasa betah dengan membuat skala manusia pada beberapa bagian bangunan, menciptakan kesan alami, vegetasi yang cukup pada lansekap dan tangkapan visual dari pusat perbelanjaan.

### 4. Flekxibility (Flaeksibilitas)

Ditransformasikan dalam bentuk peruangan yang universal, suasana yang berubah dan dibentuk dengan karakter yang kuat.

### 5. Eficiency (Efisiensi)

Ditransformasikan dalam bentuk penggunaan ruang yang optimal dan profitable dalam setiap luasan yang ada.

### 6. Inteveness (Kebaruan)

Ditransformasika dalam bentuk tatanan fisik yang inovatif, ekspresif, dan spesifik untuk mencegah kebosanan dan memberi atmosfer yang khas dalam bangunan tersebut.

#### b. Ciri Bangunan Komerisal

Setiap bangunan komersial memiliki karateristik sebagai pesan kepada calon pengunjungnya untuk tujuan tertentu. Ciri-ciri bangunan komersial antara lain:

#### 1. Menarik

#### 2. Mudah Dikenali

#### 3. Transparan

#### 4. Warna Menyala

#### 5. Bentuk yang Unik

### 2.2.12 Pelaku Kegiatan

#### A. Pengunjung

Kegiatan utama pengunjung pada pusat perbelanjaan ada 2 yaitu:

- Mengonsumsi kebutuhan berbelanja yang rutin atau berulang misal kebutuhan berbelanja makanan
- Membandingkan barang berdasarkan kualitas, variasi, desain, harga, layanan dll sebelum membuat keputusan barang yang akan dibeli.

#### B. Penyewa

Penyewa adalah orang atau sekelompok orang yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan dalam melakukan kegiatan jual beli.

#### C. Pengelola

Pengelola adalah individu yang tergabung dalam suatu badan usaha yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan pengelolaan yang terdapat dalam pusat perbelanjaan.

Pengelola Lifestyle center hanya meliputi dan berhubungan dengan bangunan yang dikelola yang tidak termasuk pengelola yang ada pada outlet masing-masing yaitu terdiri:

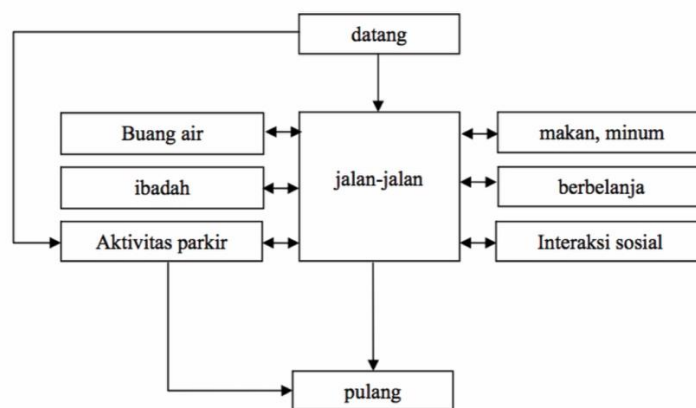
- Manager (pimpinan)
- Administration (Urusan Administrasi)
- Marketing Team (Tim Marketing)
- Cleaning Service
- Maintenance Building Service (Perawatan gedung)
- Security (Keamanan)

#### D. Pemilik

Yakni pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial dari Lifestyle Center. Sasaran utama investor adalah para pedagang atau penyewa toko dan sasaran tidak langsungnya adalah para pengunjung.

### 2.2.12.2 Aktivitas Pelaku Kegiatan

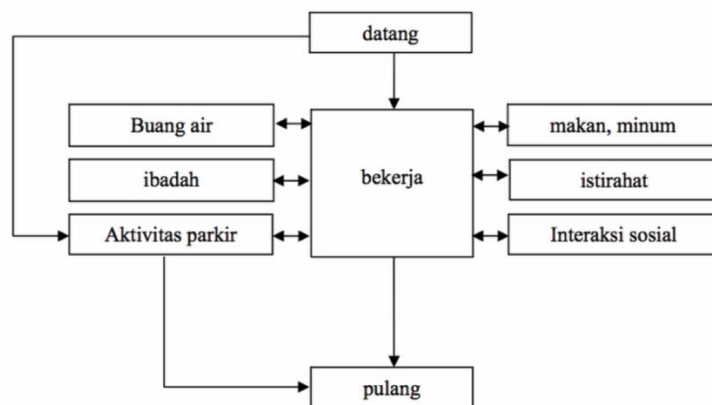
#### A. Pengunjung



**Gambar 2. 29** Skema Kegiatan Pengunjung Mal

*Sumber: Thesis Binus (2012)*

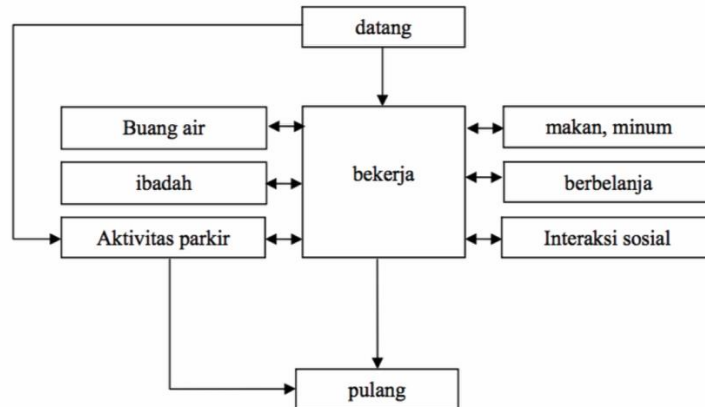
#### B. Penyewa



**Gambar 2. 30** Skema Kegiatan Penyewa Mal

*Sumber: Thesis Binus (2012)*

## C. Pengelola / Pemilik

**Gambar 2. 31** Skema Kegiatan Pengelola / Pemilik Mal*Sumber: Thesis Binus (2012)***2.2.12.2 Kegiatan Pengguna, Sifat, Kebutuhan Ruang<sup>24</sup>**

| Fungsi                   | Kegiatan                           | Sifat                 | Ruang          |
|--------------------------|------------------------------------|-----------------------|----------------|
| <b><i>Pengunjung</i></b> |                                    |                       |                |
| Perbelanjaan             |                                    |                       |                |
|                          | Mencari Informasi, Menunggu        | Publik, Ramai         | Lobby Mall     |
|                          | Berjalan                           | Publik, Ramai         | Koridor        |
|                          | Berbelanja                         | Publik, Ramai         | Toko           |
|                          | Melihat Contoh Barang              | Atraktif, Komunikatif | Etalase        |
|                          | Istirahat, makan, minum, interaksi | Publik, Non Formal    | Restoran, Kafe |

<sup>24</sup> Thesis Binus

|                                      |                     |                         |                  |
|--------------------------------------|---------------------|-------------------------|------------------|
|                                      | Bermain             | Publik, Non Formal      | Taman            |
|                                      | Bersantai           | Publik, Non Formal      | Taman            |
|                                      | Buang Air           | Non Formal, Tertutup    | Toilet           |
|                                      | Sholat              | Non Formal, Tertutup    | Mushola          |
|                                      | Transaksi Bank      | Semi Formal             | ATM / Bank       |
|                                      | Memarkir Kendaraan  | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Parkir     |
|                                      | Menyusui Bayi       | Non Formal, Tertutup    | Ruang Menyusui   |
|                                      | Transfer Barang     | Non Formal, Tertutup    | Loading Dock     |
|                                      |                     |                         |                  |
|                                      |                     |                         |                  |
| <b><i>Tenant</i></b>                 |                     |                         |                  |
| Tenant                               | Memajang Barang     | Atraktif, Komunikatif   | Etalase          |
|                                      | Melakukan Negosiasi | Semi-formal, Interaktif | Ruang Negosiasi  |
|                                      | Pembayaran          | Semi Formal             | Ruang Transaksi  |
|                                      | Menerima Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Penerimaan |
|                                      | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang           |
|                                      | Pengepakan barang   | Non Formal, Terkontrol  | Gudang           |
|                                      | Buang Air           | Non Formal, Tertutup    | Toilet           |
|                                      | Memarkir Kendaraan  | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Pakir      |
|                                      |                     |                         |                  |
|                                      |                     |                         |                  |
| <b><i>Pengelola &amp; Servis</i></b> |                     |                         |                  |

|             |                                    |                         |                    |
|-------------|------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Pengelolaan | Koordinasi                         | Semi Formal, Interaktif | Ruang Rapat        |
|             | Bekerja, Mengatur                  | Privat, Disiplin        | Ruang Manager      |
|             | Administrasi                       | Semi Formal, Interaktif | Ruang Administrasi |
|             | Bekerja, Mengatur                  | Semi Formal, Interaktif | Ruang Kerja        |
|             | Menyimpan Barang                   | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|             | Pelayanan Kebersihan               | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Janitor      |
|             | Pelayanan Keamanan                 | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Sekuriti     |
|             | Memonitor, Mengontrol              | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Kontrol      |
|             | Buang Air                          | Non Formal, Terkontrol  | Toilet             |
|             | Ibadah                             | Non Formal, Publik      | Mushola            |
|             | Memarkir Kendaraan                 | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Parkir       |
|             | Makan, Minum, Istirahat, Interaksi | Non Formal, Rekreatif   | Kantin             |
|             | Pemeliharaan, Pelayanan            | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Utilitas MEE |

**Tabel 2. 2** Kebutuhan ruang pada pusat perbelanjaan

*Sumber: Ilustrasi Pribadi (2012)*

## 2.3 City Walk

### 2.3.1 Pengertian City Walk

Tidak dapat dipungkiri bila saat ini banyak kualitas ruang perkotaan yang semakin menurun dan semakin jauh dari standar minimum sebuah kota yang nyaman, terutama pada pemanfaatan ruang yang kurang memadai. Tak heran jika dewasa ini sangat banyak ruang komersial seperti mal dipenuhi warga kota walau hanya sekedar berekreasi.

Walaupun pertumbuhan jumlah pembangunan mal semakin hari semakin meningkat, tapi tetap saja tidak ada sedikitpun kejenuhan, bahkan setiap mal hampir selalu dipenuhi pengunjung. Para pengembang pun akhirnya berlomba menangkap kebutuhan di dalam ruang komersial yang mereka inginkan. Salah satunya dengan menciptakan ruang terbuka yang nyaman dan aman di tengah ritel, konsep ini berkembang dengan sebutan city walk.

Citywalk secara harafiah terdiri dari 2 kata, city dan walk. City berarti kota, didalam kota, sedangkan walk berarti jalur, jalan. Jadi secara abstrak, citywalk berarti jalur pejalan kaki di dalam kota. Jalur tersebut dapat terbentuk akibat deretan bangunan ataupun lansekap berupa tanaman, Citywalk merupakan pedestrian dengan sarana perbelanjaan yang lengkap, serta dikelola oleh suatu pengembang usaha , sehingga dapat bertahan dan berkembang (Astaric, 2004)



**Gambar 2. 32** Elemen City Walk

*Sumber: Google, Ilustrasi Penulis (2017)*

Berdasarkan pemaparan secara definitif mengenai konsep Citywalk di atas dapat ditarik kesimpulan mengenai elemen-elemen utama pembentuk Citywalk yaitu open space, pedestrian, dan retail-retail (bangunan).

### 2.3.2 Sirkulasi City Walk

Menurut Aditya W. Fitrianto dalam artikel IAI 2006, citywalk sebenarnya tak lebih dari koridor jalan yang dikhususkan untuk deretan toko. Bedanya, jalan-jalan ini berada di lahan properti milik pengembang privat atau pengelolaannya dapat dikatakan berada dalam satu atap dan jalan-jalan tersebut diperuntukkan sebagai ruang publik. Citywalk hadir berupa koridor untuk pejalan kaki yang menghubungkan beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada. Koridor ini bersifat terbuka (tanpa AC) dan cukup lebar, berkisar 6 hingga 12 meter, tergantung jenis kegiatan yang akan diciptakan.



**Gambar 2. 33** Koridor pada City Walk

*Sumber: Google, Ilustrasi Penulis (2017)*

City Walk sebagai koridor komersial seharusnya dapat memberikan rasa nyaman dari iklim tropis yang ada di Indonesia seperti panas dan hujan misalnya. Aktivitas di city walk biasanya lebih ke arah gaya hidup yang sedang berkembang saat ini. Dan tempat nongkrong di kafe dan restoran sampai toko yang menjual

pernak-pernik yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti barang teknologi, tempat bermain anak, olahraga, bioskop, hingga barang kerajinan. Persimpangan koridor citywalk pada suatu pusat perbelanjaan sering digunakan sebagai ruang terbuka untuk panggung pertunjukan. Ruang ini juga berfungsi sebagai penghubung atau penyatu massa bangunan yang biasanya terpecah. Fungsi kegiatan ini sangat membantu dalam mengundang pengunjung pada waktu tertentu seperti akhir minggu misalnya .

### 2.3.3 Open Space Pada City Walk

Secara harfiah public space berasal dari kata publik yang berarti sekumpulan orang yang sifatnya tak terbatas, sedangkan space atau yang dikenal dengan ruang merupakan suatu bentukan tiga dimensi yang terjadi akibat adanya unsur-unsur yang membatasinya<sup>25</sup>. Namun terminologi public space yang merujuk pada pendapat para ahli dapat diartikan sebagai suatu ruang yang terbentuk sedemikian rupa sehingga ruang tersebut dapat menampung sejumlah orang dengan beragam aktivitasnya.



**Gambar 2. 34** Hinge Park sebagai Open Space (Kiri). Sumber : Slideshare (2017)

**Gambar 2. 35** Topotek Park sebagai Urban Space (Kanan). Sumber : coolhunter (2017)

---

<sup>25</sup> CHing, 1992

Ruang terbuka diluar bangunan terbentuk akibat adanya batasan-batasan fisik yang dapat berupa unsur-unsur alam maupun buatan / material kota, agar tercipta suatu ruang yang dapat mewadahi aktifitas publik di luar bangunan. Jika ruang publik tersebut dibatasi oleh unsur alam, maka ruang tersebut disebut open space. Sedangkan jika material pembatasnya didominasi oleh unsur buatan (material), maka ruang yang terbentuk disebut urban space (Spreiregen, 1965).

**Berdasarkan karakter City Walk yang didominasi oleh penggunaan material alami seperti koridor yang terbuka (tanpa kanopi atau penutup) tentu ruang untuk publik tersebut bisa disebut dengan open space.**

#### 2.3.4 Ritel Pada City Walk

Bangunan pada konsep citywalk merupakan salah satu elemen pembentuk citywalk dalam pusat perbelanjaan modern. Karena fungsinya sebagai tempat komersial, maka bangunan harus ada untuk memenuhi fungsi komersial yang berupa pusat perbelanjaan modern ini.

##### a. Pola Bangunan Pusat Perbelanjaan

Pola konfigurasi bangunan pada pusat perbelanjaan merupakan hal yang penting dari proses perencanaan site bagi penyewa maupun developer. Pertimbangan dari developer adalah menentukan pola bangunan dan menempatkan penyewa utama. Penyewa-penyewa ini diatur sedemikian rupa sehingga menimbulkan suatu jalur lalu lintas perbelanjaan antara penyewa utama dengan penyewa lain.

Berdasarkan konfigurasi tersebut, terdapat macam dan pola bangunan dan konfigurasi, antara lain<sup>26</sup>

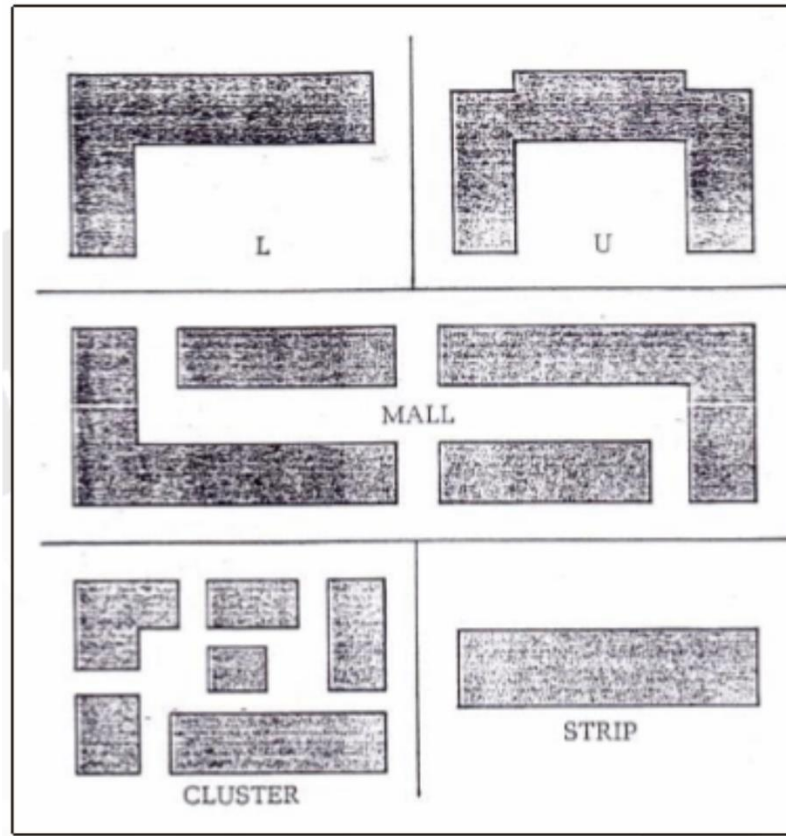
- Bentuk linier merupakan suatu deretan toko-toko yang membentuk garis lurus yang dipersatukan oleh kanopi dan pedestrian yang terdapat di sepanjang bagian depan toko-toko . Bangunan tipe ini biasanya

---

<sup>26</sup> Uli- The Urban Land Institute, 1985. Shopping Center Development Handbook. Wahington

dimundurkan dari batas jalan dan sebagian besar parkir terletak antara jalan dan bangunan. Pengaturan dengan tipe ini paling sering diterapkan pada neighbourhood shopping center dengan peletakan penyewa-penyewa utama pada ujungnya.

- Bentuk L dan U merupakan perkembangan dari bentuk linier shopping center yang besar dan community shopping centers yang kecil, sedangkan bentuk U sesuai dengan community shopping center yang besar.
- Mall, merupakan daerah bagi pejalan kaki yang terletak diantara bangunan linier yang berhadapan, kemudian mall menjadi daerah bagi pejalan kaki untuk hilir-mudik dalam berbelanja. Mall telah menjadi standar regional shopping center dan sedang diterapkan pula pada community shopping center.
- Cluster, merupakan perkembangan dari konsep mall, tetapi pada penerapan cluster lebih ditekankan pada penggunaan beberapa massa bangunan yang berdiri sendiri, dipisahkan oleh jalur bagi pejalan kaki atau taman pada regional shopping center. Bentuk cluster bervariasi dengan menggunakan bentuk-bentuk dari huruf X, Y, dan halter.



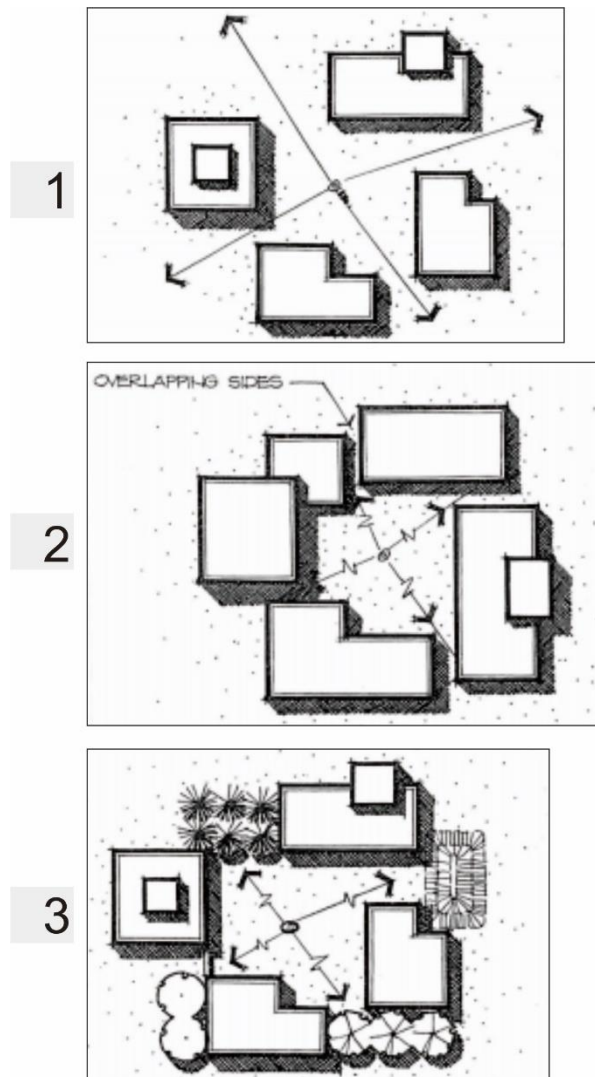
**Gambar 2. 36** Konfigurasi Bentuk Bangunan Pusat Perbelanjaan

*Sumber: Uli- The Urband Land Institute (1985)*

b. Penataan bangunan<sup>27</sup>

Tingkat enclosure yang tinggi didapat dari ada atau tidaknya batas, seperti halnya dinding pada bangunan. Ketika kelompok bangunan membentuk ruang di tengah, namun masih memungkinkan untuk memandang keluar area tersebut, maka akan terbentuk apa yang disebut “spatial leaks”. Untuk meningkatkan enclosurenya, dapat digunakan elemen lain, misalnya vegetasi atau menggunakan overlapping sisi bangunan.

<sup>27</sup> Booth, Norman. K, 1983. Basic elemnt Of Landscape Architectural Design. New York: Elvesier

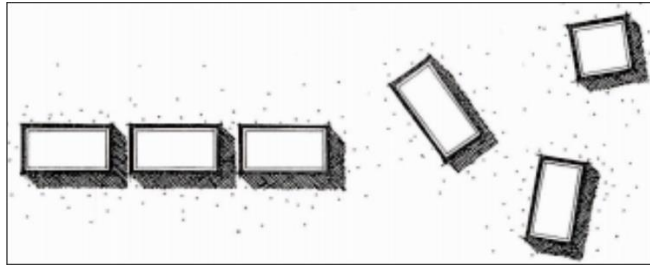


**Gambar 2. 37** Spatial Leaks

Sumber: Booth, Norman. K (1983)

1. “Spatial Leaks”
2. *Overlapping sisi bangunan meminimalisasi “spatial leaks”*
3. *Elemen lansekap lainnya meminimalisasi “spatial leaks”*

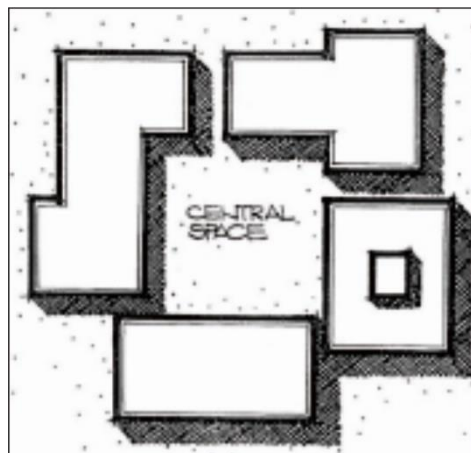
Kelompok bangunan yang ditata membentuk sebuah garis tidak akan menciptakan suatu enclosure yang jelas, sehingga tidak membentuk sebuah ruang. Begitu juga halnya dengan kelompok bangunan yang disusun acak, tanpa penataan yang dirancang.



**Gambar 2. 38** Penataan Bangunan yang tidak menciptakan enclosure

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

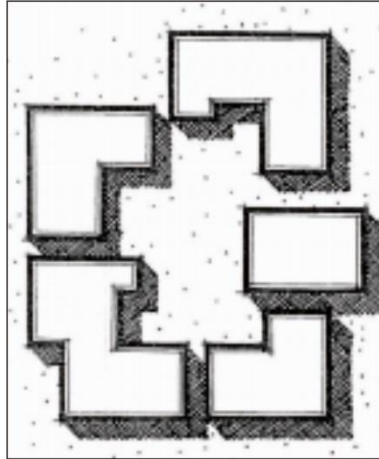
Teknik paling mudah untuk menata kelompok bangunan untuk menciptakan sebuah ruang adalah dengan membentuk dinding fasad mengelilingi yang menerus, karena ruang ditengahnya akan mudah terasa. Namun ruang yang dihasilkan akan terasa statis dan sulit melakukan pergerakan.



**Gambar 2. 39** Central Space

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Dengan menciptakan central space ruang yang tercipta memiliki hirarki yang sejajar. Dalam komposisi ruang yang tercipta, tidak terdapat suatu fokus. Untuk menciptakan fokus dalam ruang, dapat dibuat ruang utama dengan sub ruang-sub ruang disekitarnya.



**Gambar 2. 40** Ruang Utama dan Sub ruang menciptakan fokus

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

#### c. Karakter Bangunan

Karakter bangunan mempengaruhi kualitas ruang yang diciptakan. Karakter bangunan meliputi warna, tekstur, detail, dan proporsi dari fasad bangunan yang mempengaruhi personalitas dari ruang luar di sekitar bangunan. Fasad bangunan dapat memberikan kesan dingin atau hangat di lingkungan sekitarnya<sup>28</sup>

#### d. Tipe Kelompok Bangunan Dan Ruang Yang Dibentuknya

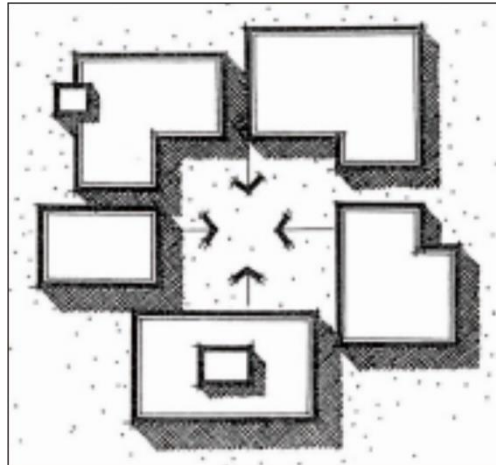
- Ruang terbuka yang memusat

Konsep dasar dari tipe ini adalah menata kelompok bangunan mengelilingi sebuah ruang terbuka yang memusat yang menghubungkan seluruh bangunan. Kelemahan tipe ruang ini adalah ruang yang terbentuk memiliki tingkat enclosure yang kuat, sehingga terbentuk suatu dead end. Manusia dipaksa memasuki ruang ini, bukan melewati ruang ini.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Ibid, 138

<sup>29</sup> Ibid 141

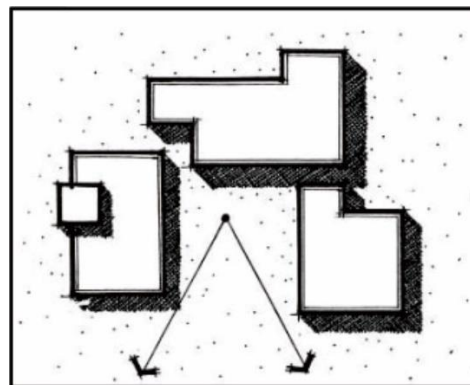


**Gambar 2. 41** Terbuka memusat

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

- Ruang terbuka yang menjadi fokus

Konsep dari tipe ruang ini adalah membentuk ruang terbuka sebagai fokus dengan membuka salah satu sisi, sehingga memungkinkan adanya pandangan menuju sisi tersebut. Namun untuk tetap menciptakan enclosure, dapat disunakan elemn lansekap lainnya.

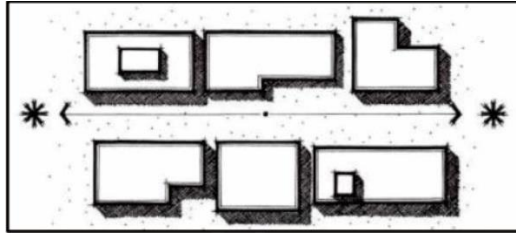


**Gambar 2. 42** Ruang terbuka yang menjadi fokus

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

- Ruang linier

Ruang memanjang yang terbentuk dari penataan bangunan memanjang dan menciptakan ruang pada salah satu atau kedua ujungnya.

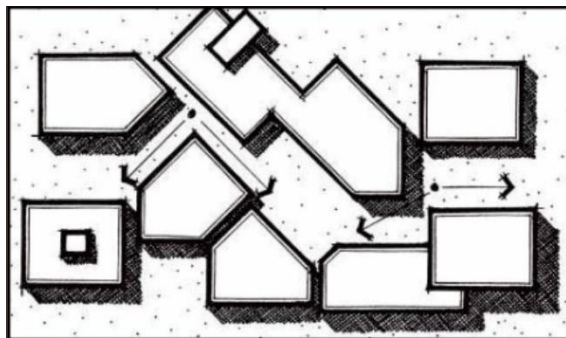


**Gambar 2. 43** Ruang linier

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

- Ruang linier organik

Ruang memanjang yang terbentuk dari penataan bangunan memanjang dan menciptakan ruang pada salah satu atau kedua ujungnya, namun memiliki jalur yang tidak sederhana. Misalnya memiliki sudut pada setiap jarak tertentu.



**Gambar 2. 44** Ruang linier organik

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

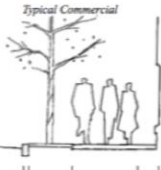
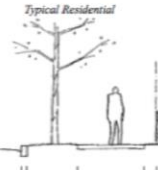
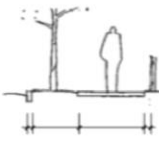
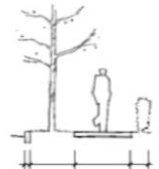
Pada rancangan pusat perbelanjaan di seturan ini menggunakan pola cluster dengan bentuk memanjang (linear) yang organik. Jalur ditengahnya digunakan sebagai koridor utama dan juga sebagai lorong angin untuk memperoleh penghawaan alami sehingga mendukung karakter City Walk yang akan diciptakan.

### 2.3.3 Skala Dan Proporsi Ruang City Walk

Berdasarkan pemaparan definitif pada Sub Bab 2.3.1, City Walk terdiri dari 3 elemen utama yaitu; sirkulasi, ruang terbuka, dan ritel. Ketiga-tiganya tentu memiliki karakter tersendiri berdasarkan penyesuaian dengan skala dan proporsi terhadap ruang di sekitarnya. Karena City Walk merupakan koridor memanjang yang biasanya terdapat di perkotaan, maka tentu skala dan proporsi nya akan disesuaikan dengan ruang perkotaan (ruang luar).

Skala dan proporsinya akan berpengaruh pada suasana dan nuansa yang terbangun sehingga dalam hal ini dimensi sebuah ruang sangatlah berpengaruh. Suasana dan nuansa itu sendiri terbentuk berkat adanya kepekaan yang diterima oleh panca indra manusia.

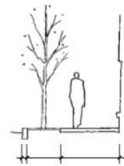
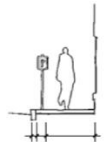
#### 1. Sirkulasi

| Sidewalk Corridor   | Application                                                                                                                                                                                                      | Recommended Configuration                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------|-------------------------|---------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| 4.6 m<br>(15' - 0") | <b>Recommended</b> in Pedestrian Districts, especially for arterial streets or where ROW width is 24.5 m (80'-0").                                                                                               | <div></div> <table><tr><td>Curb Zone</td><td>Furnishings Zone</td><td>Through Pedestrian Zone</td><td>Frontage Zone</td></tr><tr><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td><td>1.2 m<br/>(4' - 0")</td><td>2.5 m<br/>(8' - 0")</td><td>750 mm<br/>(2' - 6")</td></tr></table>                                                                                                         | Curb Zone           | Furnishings Zone | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone | 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0") | 2.5 m<br>(8' - 0") | 750 mm<br>(2' - 6") |
| Curb Zone           | Furnishings Zone                                                                                                                                                                                                 | Through Pedestrian Zone                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Frontage Zone       |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0")                                                                                                                                                                                               | 2.5 m<br>(8' - 0")                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 750 mm<br>(2' - 6") |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 3.7 m<br>12' - 0"   | <b>Recommended</b> for City Walkways, for local streets in Pedestrian Districts, and for streets where ROW width is 18.2 m (60'-0").                                                                             | <div><div></div><div></div></div> <table><tr><td>Curb Zone</td><td>Furnishings Zone</td><td>Through Pedestrian Zone</td><td>Frontage Zone</td></tr><tr><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td><td>1.2 m<br/>(4' - 0")</td><td>1.9 m<br/>(6' - 0")</td><td>450 mm<br/>(1' - 6")</td></tr></table> | Curb Zone           | Furnishings Zone | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone | 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0") | 1.9 m<br>(6' - 0") | 450 mm<br>(1' - 6") |
| Curb Zone           | Furnishings Zone                                                                                                                                                                                                 | Through Pedestrian Zone                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Frontage Zone       |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0")                                                                                                                                                                                               | 1.9 m<br>(6' - 0")                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 450 mm<br>(1' - 6") |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 3.4 m<br>11' - 0"   | <b>Recommended</b> for Local Service Walkways where ROW width is 15.2 m (50'-0").<br><br><b>Accepted</b> for City Walkways where ROW width is 15.2 m (50'-0") provided Through Pedestrian Zone is 1.9 m (6'-0"). | <div></div> <table><tr><td>Curb Zone</td><td>Furnishings Zone</td><td>Through Pedestrian Zone</td><td>Frontage Zone</td></tr><tr><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td><td>1.2 m<br/>(4' - 0")</td><td>1.9 m<br/>(6' - 0")</td><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td></tr></table>                                                                                                        | Curb Zone           | Furnishings Zone | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone | 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0") | 1.9 m<br>(6' - 0") | 150 mm<br>(0' - 6") |
| Curb Zone           | Furnishings Zone                                                                                                                                                                                                 | Through Pedestrian Zone                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Frontage Zone       |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0")                                                                                                                                                                                               | 1.9 m<br>(6' - 0")                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 150 mm<br>(0' - 6") |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 3.0 m<br>(10' - 0") | <b>Recommended</b> for Local Service Walkways in residential zones of R-7 or less dense where ROW width is less than 15.25 m (50'-0").                                                                           | <div></div> <table><tr><td>Curb Zone</td><td>Furnishings Zone</td><td>Through Pedestrian Zone</td><td>Frontage Zone</td></tr><tr><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td><td>1.2 m<br/>(4' - 0")</td><td>1.5 m<br/>(5' - 0")</td><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td></tr></table>                                                                                                       | Curb Zone           | Furnishings Zone | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone | 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0") | 1.5 m<br>(5' - 0") | 150 mm<br>(0' - 6") |
| Curb Zone           | Furnishings Zone                                                                                                                                                                                                 | Through Pedestrian Zone                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Frontage Zone       |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0")                                                                                                                                                                                               | 1.5 m<br>(5' - 0")                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 150 mm<br>(0' - 6") |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |

Tabel 2. 3 Standar Proporsi Pada Sidewalk

Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa opsi pertama tentang dimensi sidewalk corridor; Koridor yang memiliki lebar 4,6 meter dan memiliki panjang minimal 24,5 meter sangatlah layak untuk diterapkan (direkomendasikan).

| Sidewalk Corridor               | Application                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Recommended Configuration                                                           |                     |                         |                  |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|------------------|
| 2.7 m<br>(9' - 0")              | <b>NOT RECOMMENDED</b> for new construction or reconstruction.<br><b>Accepted</b> in existing constrained conditions when increasing the Sidewalk Corridor is not practicable.<br><i>Note: Minimum Sidewalk Corridor for placement of street trees. Street trees not allowed in Furnishing Zone less than 900 mm (3'-0").</i> |  |                     |                         |                  |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Curb Zone                                                                           | Furnishings Zone    | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone    |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 150 mm<br>(0' - 6")                                                                 | 900 mm<br>(3' - 0") | 1650 mm<br>(5' - 6")    | 0 m<br>(0' - 0") |
| less than<br>2.7 m<br>(9' - 0") | <b>NOT RECOMMENDED.</b><br><b>Accepted</b> in existing constrained conditions when increasing the Sidewalk Corridor width is not practicable.                                                                                                                                                                                 |  |                     |                         |                  |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Curb Zone                                                                           | Furnishings Zone    | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone    |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 150 mm<br>(0' - 6")                                                                 | 600mm<br>(2' - 0")  | 1650 mm<br>(5' - 6")    | 0 m<br>(0' - 0") |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                     | 450mm<br>(1' - 6")  | 1500 mm<br>(5' - 0")    |                  |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                     | 300 mm<br>(1' - 0") | 1350 mm<br>(4' - 6")    |                  |
|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                     | 0 m                 | 1350 mm<br>(4' - 6")    |                  |

Tabel 2. 4 Standar Aplikasi Sidewalk Corridor

Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)

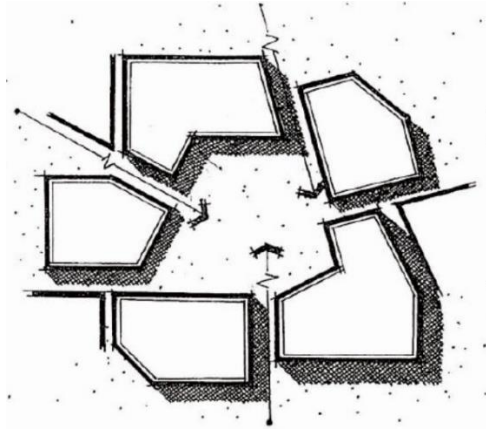
Tabel diatas merupakan pembanding dari tabel sebelumnya dengan skala yang lebih kecil. Panjang koridor yang berkisar 1,5 meter sampai 2,7 meter tidak direkomendasikan untuk diterapkan pada koridor City Walk dengan pertimbangan kenyamanan serta keterbatasan ruang. Koridor yang memiliki ukuran kecil tentu hanya akan digunakan untuk ruang gerak manusia, furnitur penunjang seperti kursi serta tanaman atau pohon tidak mungkin tersedia.

## 2. Ruang Terbuka

Ruang terbuka pada City Walk terdapat pada persimpangan koridor. Jika sebuah kawasan atau pusat perbelanjaan yang terdiri dari lebih dari 1 (satu) koridor inti yang liner, tentu akan di penghujung koridor akan terdapat ruang terbuka atau ruang publik. Keberadaan ruang terbuka tersebut merupakan bagian dari perencanaan

sebuah kawasan atau pusat perbelanjaan.<sup>30</sup> Terdapat 2 macam konfigurasi bentuk yang sering digunakan dalam penataan ruang terbuka pada City Walk;

#### 1. Wind Mill atau Whirling Square



**Gambar 2. 45** Wind Mill Layout

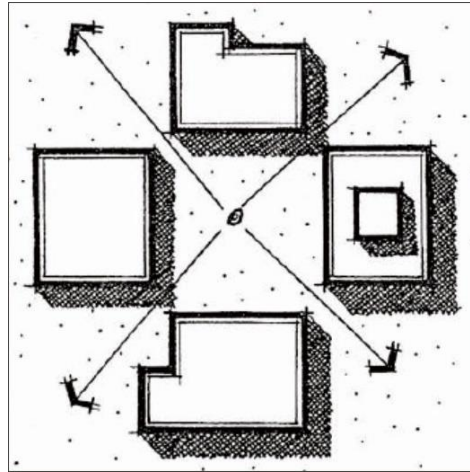
*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Konfigurasi ini dibentuk dengan menyesuaikan letak koridor dengan arah angin. Ketepatannya bersifat kontekstual karena menyesuaikan dengan tapak perancangan. Akhir pada koridor atau persimpangan antar koridor terdapat ruang terbuka dengan bentuk yang tidak statis karena menyesuaikan dengan konteks lingkungan sekitar.

#### 2. Open Corners

---

<sup>30</sup> Booth, Norman K. Basic Element of Landscape Architectural Design

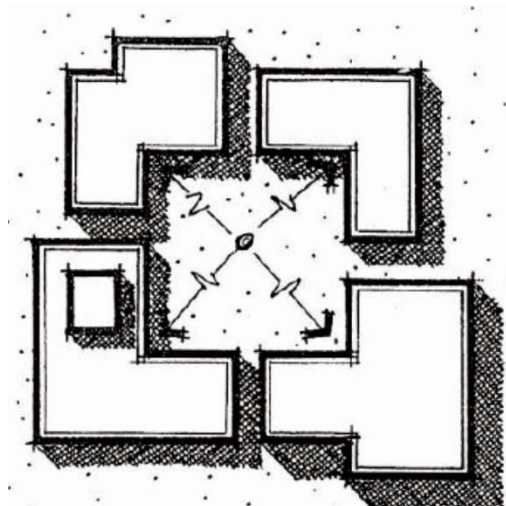


**Gambar 2. 46 Open Corners**

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Koridor ini terletak pada sudut setiap gubahan (retail) dan ditengahnya terdapat ruang terbuka yang berbentuk persegi (square). Konfigurasi ini tidak disusun berdasarkan respon terhadap angin sehingga tidak bersifat kontekstual.

### 3. Closed Corners



**Gambar 2. 47 Closed Corners**

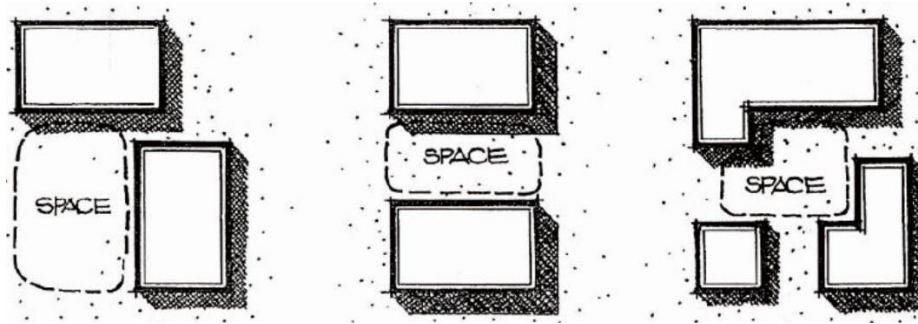
*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Sama halnya dengan konfigurasi Open Corners, konfigurasi closed corners ini juga tidak bersifat kontekstualis. Yang membedakan keduanya adalah closed corners tidak membuka setiap sudutnya sehingga celah atau yang biasa digunakan sebagai koridor akan berada pada bagian tengah gubahan atau retail (dalam city walk).

**Dari ketida konfigurasi diatas tentu yang paling pas jika diterapkan pusat perbelanjaan yang berkarakter city walk adalah Wind Mill. Konfigurasinya yang terbentuk berdasarkan aspek kontekstual seperti angin tentu akan lebih baik mengingat koridor panjang yang nantinya bakal dilalui oleh para pengunjung tentu harus mengutamakan aspek kenyamanan seperti termal. Begitu juga pada ruang terbuka yang berada di tengah tentu akan digunakan oleh beragam kalangan dengan macam aktivitasnya tentu sangat mempertimbangkan aspek kenyamanan. Jika setiap persimpangannya terdapat gubahan masa (retail), koridor yang terbentuk berdasarkan respon terhadap kontekstualis juga selain berfungsi untuk akses para pengunjung atau pejalan kaki, juga berfungsi sebagai lorong angin.**

### 3. Ritel

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa setiap elemen pada City Walk tentu memiliki keterkaitan satu sama lain, sehingga dalam perihal skala dan proporsi pun demikian. Dalam hal ini dimensi bangunan atau retail (toko) berpengaruh pada ruang luar.



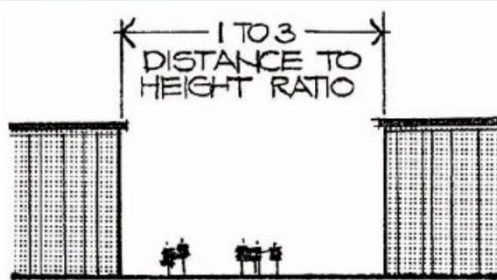
**Gambar 2. 48** Ruang diantara pertokoan

Sumber: Booth, Norman. K (1983)

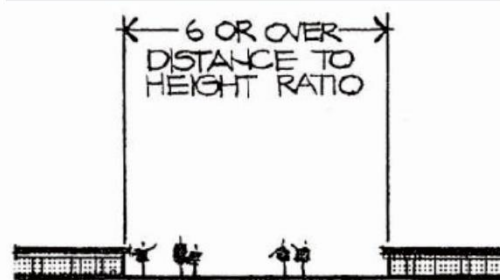
Pada gambar diatas terlihat bahwa saat sekelompok gubahan akan saling terjalin secara teratur secara bersamaan. Disetiap rongga pada gubahan tersebut akan membentuk sebuah ruang yang biasanya akan digunakan untuk beraktivitas. Sama halnya dengan penerapan konsepsi City Walk yang terdiri dari koridor yang dikelilingi toko (bangunan). Ruang dalam (toko) dan ruang luar (koridor) akan memiliki hubungan yang intim, sehingga hubungan tersebut memiliki kekhasan yang bisa dirasakan setiap pengunjungnya. Presepsi yang terbangun melalui citra dan suasana pada city walk bukan hanya sekedar melalui konfigurasi yang terbentuk seperti koridor yang dikelilingi oleh toko, tapi juga berdasarkan dimensi setiap ruangnya.

Dimensi akhir dari setiap ruang tentu telah melalui rangkaian panjang penyusunan yang berdasarkan ketetapan (standar) yang berlaku karena perbedaan ratio 1 meter saja tentu akan mempengaruhi persepsi. Dalam perancangan pusat perbelanjaan yang menerapkan karakter City Walk haruslah mempertimbangkan

Ruang luar dengan rasio 1 sampai 3  
akan berkesan **INTIM**



Ruang luar dengan rasio 1 sampai 3  
akan berkesan **PUBLIK**



standar yang berlaku atau yang sering digunakan dalam penerapan city walk pada ruang perkotaan sekalipun pusat perbelanjaan tentu sudah memiliki standar ukuran untuk menentukan besaran ruang dalam maupun.

**Gambar 2. 49** Rasio tinggi dan lebar bangunan

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Hanya saja keduanya memiliki perbedaan yang signifikan menyangkut penerapannya. Sebuah Pusat Perbelanjaan akan lebih mengarah pada skala keintiman, yaitu ruang yang kecil sehingga memberikan rasa perlindungan manusia di dalamnya. Sedangkan City Walk akan lebih berkaitan dengan lingkungan sekitar, sehingga manusia memiliki rasa atau kerasan pada lingkungan tersebut. Adapun yang biasanya digunakan untuk menyusun dimensi setiap ruang (toko dan koridor) pada city walk adalah rasio terhadap tinggi bangunan (retail).

| Proporsi  | D/H<1 | D/H=1           | D/H>1           | D/H>2     | D/H>3 |
|-----------|-------|-----------------|-----------------|-----------|-------|
| Yoshinobu | -     | Shopping Center | City Walk       | -         | -     |
| Spriegen  | -     | -               | Shopping Center | City Walk | -     |

**Tabel 2. 5** Perbandingan rasio ketinggian dan lebar bangunan

*Sumber : Ilustrasi Penulis*

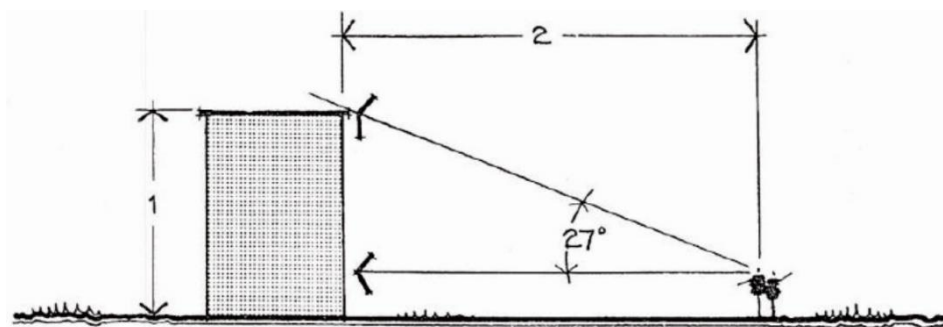
Yoshinobu Ashiara dalam buku Open Spaces menuliskan tentang perbandingan jarak antar bangunan (D) dan tinggi bangunan (H), jika diaplikasikan pada sebuah Shopping Center yang menerapkan konsepsi city walk tentu nilai D bisa diartikan sebagai jarak antar retail dan nilai H merupakan tinggi sebuah ritel. Adapaun perhitungannya sebagai berikut;

- $D/H=1$ , ruang akan terasa seimbang dalam perbandingan jarak dan tinggi.
- $D/H<1$ , ruang yang terbentuk akan selalu sempit dan memberikan rasa tertekan.
- $D/H>1$ , ruang terasa agak besar dan terkesan melindungi.
- $D/H>2$ , pengaruh ruang tidak akan terasa.

Sedangkan Paul D. Spriegen juga menguraikan rumus perbandingan diantara tempat seseorang berdiri ( $D$ ) dengan objek tinggi ruang atau bangunannya ( $H$ ), bilamana;

- $D/H>1$ , cenderung memperhatikan detail daripada keseluruhan bangunan.
- $D/H>2$ , cenderung untuk melihat bangunan sebagai sebuah komponen keseluruhan bersama dengan detailnya.
- $D/H>3$ , bangunan terlihat dalam hubungan dengan lingkungannya.

**Dari perbandingan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa untuk memperoleh karakter City Walk pada sebuah pusat perbelanjaan haruslah memiliki perbandingan antara tinggi dan lebar yang rasionya lebih dari 1 sehingga berkesan melindungi seperti yang dirasakan ketika berada di koridor perkotaan yang dikelilingi bangunan.**



**Gambar 2. 50** Jarak pandang manusia terhadap objek sekitar

*Sumber: Booth, Norman. K (1983)*

Selain itu rasio tersebut juga dipengaruhi oleh jarak pandang manusia (pengunjung) terhadap bangunan atau ritel disampingnya. Seperti yang terlihat pada

gambar diatas bahwa perbandingan 1 (tinggi) : 2 (lebar) akan membuat pengunjung bisa menikmati seluruh bagian atau permukaan pada ritel itu sendiri. Rasio tersebut tentu sama dengan yang telah dikemukakan oleh Spriegen.

Kemudian disamping itu sebenarnya sudut pandang manusia secara normal pada bidang vertikal adalah  $60^\circ$ , namun bila melihat lurus ke depan atau ke titik objek secara intensif maka sudut pandangnya menjadi  $1^\circ$ . Mirten dalam tulisannya “Skala in Civic Design”, menyatakan bahwa bila orang melihat lurus depan maka bidang pandangnya mempunyai sudut  $40^\circ$ .

**Ke-3 (tiga) sudut tersebut sebenarnya merupakan batasan – batasan terhadap sebuah orientasi pandangan visual, namun yang paling efektif untuk diterapkan pada koridor City Walk adalah  $40^\circ$ , karena pertimbangan efektifitas dalam komposisi ruang yang hendak dihadirkan. Alternatif – alternatif skala diatas merupakan solusi terhadap proporsi yang akan dimunculkan dalam perancangan pusat perbelanjaan di Seturan.**

#### 2.3.4 Kenyamanan Termal Pada City Walk

Menurut SNI 03-6572-2001, faktor – faktor yang mempengaruhi kenyamanan termal seseorang adalah:

##### 1. Temperatur Udara Kering

Temperatur udara kering sangat besar pengaruhnya terhadap besar kecilnya kalor yang dilepaskan melalui penguapan (evaporasi) dan melalui konveksi. Daerah kenyamanan termal untuk kawasan tropis dapat dibagi menjadi:

Temperatur udara kering sangat besar pengaruhnya terhadap besar kecilnya kalor yang dilepaskan melalui penguapan (evaporasi) dan melalui konveksi. Daerah kenyamanan termal untuk kawasan tropis dapat dibagi menjadi:

**Sejuk nyaman**, antara temperatur efektif  $20,5^\circ\text{C}$  hingga  $22,8^\circ\text{C}$

**Nyaman optimal**, antara temperatur efektif 22,8°C hingga 25,8°C

**Hangat nyaman**, antara temperatur efektif 25,8°C hingga 27,1°C

## 2. Kelembapan Udara Relatif

Kelembaban udara relatif dalam ruangan adalah perbandingan antara jumlah uap air yang dikandung oleh udara tersebut dibandingkan dengan jumlah kandungan uap air pada keadaan jenuh pada temperatur udara ruangan tersebut. Untuk daerah tropis, kelembaban udara relatif yang dianjurkan antara 40% ~ 50%, tetapi untuk ruangan yang jumlah orangnya padat seperti ruang pertemuan, kelembaban udara relatif masih diperbolehkan berkisar antara 55% ~ 60%.

**Kenyamanan termal pejalan kaki dipengaruhi oleh dua faktor. Yaitu: temperature udara kering dan kelembaban udara relatif. Dalam kaitannya dengan perancangan, maka kenyamanan termal yang dipilih adalah: Kategori temperature udara kering 20,5°C hingga 22,8°C dengan kelembaban udara berkisar antara 40% hingga 50%**

### Strategi Penghawaan Pejalan Kaki

Kelembaban udara relatif dalam ruangan adalah perbandingan antara jumlah uap air yang dikandung oleh udara tersebut dibandingkan dengan jumlah kandungan uap air pada keadaan jenuh pada temperatur udara ruangan tersebut. Untuk daerah tropis, kelembaban udara relatif yang dianjurkan antara 40% ~ 50%, tetapi untuk ruangan yang jumlah orangnya padat seperti ruang pertemuan, kelembaban udara relatif masih diperbolehkan berkisar antara 55% ~ 60%.

**Kenyamanan termal pejalan kaki dipengaruhi oleh dua faktor. Yaitu: temperature udara kering dan kelembaban udara relatif. Dalam kaitannya dengan perancangan, maka kenyamanan termal yang dipilih adalah: Kategori temperature udara kering 20,5°C hingga 22,8°C dengan kelembaban udara**

berkisar antara 40% hingga 50%<sup>31</sup>. Secara umum, untuk membuat kenyamanan termal pada bangunan, terdapat beberapa strategi desain dalam memberikan perlindungan terhadap radiasi, konduksi dan konveksi, yaitu:

a. **Orientasi Bangunan**

Prinsip penetapan orientasi bangunan disesuaikan dengan kondisi iklim dan letak geografis. Dalam merancang orientasi bangunan di iklim tropis lembab, sisi bangunan yang lebih luas harus dihindarkan dari ekspos matahari kritis sehingga paling baik diarahkan pada sisi Utara atau Selatan (Orientasi Bangunan Utara/Selatan). Sebaliknya, untuk sisi bangunan yang lebih sempit (*narrow depth*) dihadapkan pada arah matahari kritis yakni Timur dan Barat. Hal ini dilakukan untuk mengurangi ekspos sinar matahari panas dalam massa dan selubung bangunan

b. **Massa Bangunan;**

Selain strategi pada orientasi bangunan, strategi yang berpengaruh terhadap keberhasilan rancangan pasif di iklim tropis lembab adalah bentuk massa bangunan. Bentuk yang dianjurkan adalah bentuk yang pipih dengan perbandingan antara panjang dan lebar kurang lebih 1 : 3 . Dengan bentuk massa bangunan yang pipih ini menjadikan bangunan cepat melepas panas akibat konduksi secara konveksi (*building heat loss*) serta memungkinkan kemudahan ventilasi silang.<sup>32</sup>

c. **Ventilasi alami**

Dengan penggunaan ventilasi alami maka beban serta kebutuhan akan pendingin dapat dikurangi. Ventilasi dapat tercipta dengan<sup>33</sup>:

- i. Memberikan bukaan pada dua sisi yang cenderung berlawanan (*cross ventilating*)

---

<sup>31</sup> Pile, John. 2003 dalam Interior Design

<sup>32</sup> Mufida, Etik. 2009. Dalam Materi Kuliah Rekayasa Bangunan Termal

<sup>33</sup> Fuller, Moore. 1993. Dalam *Environmetal Control System; Heating, Cooling, Ventilating*

- ii. Memberikan tekanan udara yang berbeda, dengan rekayasa perbedaan suhu dan ketinggian (*stack effect & void system*)
- iii. Mempersempit ruang gerak udara untuk meningkatkan kecepatan udara (*wind tunnel effect*)

Berdasarkan kajian diatas, strategi penghawaan alami yang relevan untuk mencapai kriteria temperature udara kering dan kelembaban udara adalah dengan orientasi bangunan, massa bangunan, dan ventilasi alami. Dalam merancang orientasi bangunan di iklim tropis lembab, sisi bangunan yang lebih luas harus dihindarkan dari ekspos matahari kritis sehingga paling baik diarahkan pada sisi Utara atau Selatan (Orientasi Bangunan Utara/Selatan). Bentuk yang dianjurkan adalah bentuk yang pipih dengan perbandingan antara panjang dan lebar kurang lebih 1 : 3. Ventilasi silang dapat tercipta dengan memberikan bukaan pada dua sisi cenderung berlawanan (*cross ventilating*), memberikan tekanan udara yang berbeda, dengan rekayasa perbedaan suhu dan ketinggian (*stack effect & voidsystem*), dan mempersempit ruang gerak udara untuk meningkatkan kecepatan udara (*wind tunnel effect*)

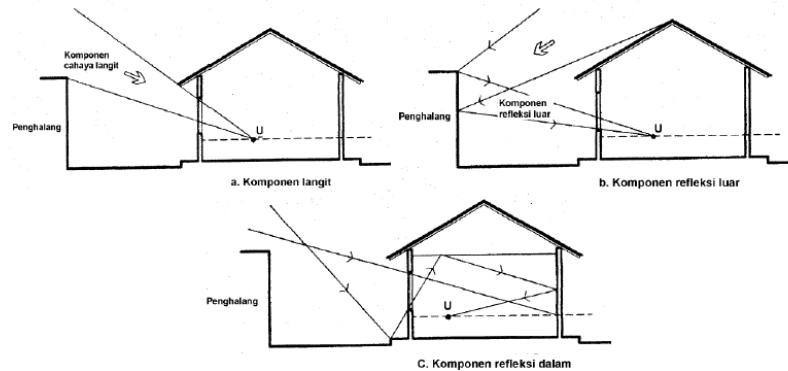
#### 2.4 Pencahayaan Alami Pada City Walk

Pencahayaan dalam sebuah bangunan dibagi menjadi dua. Yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami adalah tata atur cahaya dengan memaksimalkan matahari sebagai sumber utama sistem pencahayaan. Sementara pencahayaan buatan adalah tata atur cahaya dengan menggunakan bantuan sumber cahaya lain selain matahari seperti lampu.

Faktor pencahayaan alami adalah perbandingan tingkat pencahayaan pada suatu titik dari suatu bidang tertentu didalam suatu ruangan terhadap tingkat pencahayaan bidang datar dilapangan terbuka yang merupakan ukuran kinerja lubang cahaya ruangan. Faktor pencahayaan alami terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- a. Sky component (SC) yaitu komponen pencahayaan langsung dari langit

- b. Extranally reflected component (ERC) yaitu komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi benda – benda yang berada disekitar bangunan
- c. Internally reflected component (IRC) yaitu komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi permukaan – permukaan dalam ruangan.



**Gambar 2. 51** Komponen cahaya langit yang sampai pada bidang kerja

*Sumber: SNI 03 2396 2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Pencahayaan Alami*

Menurut SNI 03 2396 2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Pencahayaan Alami, pencahayaan alami yang baik adalah pencahayaan yang distribusi cahayanya cukup merata didalam ruang. Selain itu tidak menimbulkan kontras yang mengganggu. Penggunaan pencahayaan alami yang baik adalah antara jam 8 pagi hingga jam 4 sore. Karena pada rentang waktu tersebut cahaya cukup banyak masuk kedalam bangunan. Menurut SNI 03 6197 2000 tentang Konservasi Energi Pada Sistem Pencahayaan, persyaratan pencahayaan pada ruang bangunan adalah:

| Fungsi Ruang                             | Tingkat Pencahayaan (Lux) | Temperatur Warna |              |          |
|------------------------------------------|---------------------------|------------------|--------------|----------|
|                                          |                           | Warm White       | Cool White   | Daylight |
|                                          |                           | <3300K           | 3000 - 5300K | >5300K   |
| Ruma Sakit/Balai Pengobatan              |                           |                  |              |          |
| Ruang Rawat Inap                         | 250                       |                  | v            | v        |
| Ruang Operasi/Bersalin                   | 300                       |                  | v            | v        |
| Laboratorium                             | 500                       |                  | v            | v        |
| Ruang Rekreasi                           | 250                       | v                | v            |          |
| Pertokoan/Ruang Pamer                    |                           |                  |              |          |
| Ruang Pamer dengan Obyek Berukuran Besar | 500                       | v                | v            | v        |
| Toko Kue dan Makanan                     | 250                       | v                | v            |          |
| Toko Bunga                               | 250                       |                  | v            |          |
| Toko Buku dan Alat Tulis                 | 300                       | v                | v            | v        |
| Toko Perhiasan dan Arloji                | 500                       | v                | v            |          |
| Toko Barang Kulit dan Sepatu             | 500                       | v                | v            |          |
| Toko Pakaian                             | 500                       | v                | v            |          |
| Toko Swalayan                            | 500                       | v                | v            |          |
| Toko Mainan                              | 500                       | v                | v            |          |
| Industri Umum                            |                           |                  |              |          |
| Gudang                                   | 100                       |                  | v            | v        |
| Pekerjaan Kasar                          | 100 - 200                 |                  | v            | v        |
| Pekerjaan Menengah                       | 200 - 500                 |                  | v            | v        |
| Pekerjaan Halus                          | 500 - 1000                |                  | v            | v        |
| Pekerjaan Amat Halus                     | 1000 - 2000               |                  | v            | v        |
| Pemeriksaan Warna                        | 750                       |                  | v            | v        |
| Rumah Ibadah                             |                           |                  |              |          |
| Masjid                                   | 200                       |                  | v            |          |
| Gereja                                   | 200                       |                  | v            |          |
| Vihara                                   | 200                       |                  | v            |          |

**Gambar 2. 52** Rekomendasi tingkat pencahayaan tata ruang

*Sumber: SNI 03 6197 2000 tentang Konservasi Energi Pada Sistem Pencahayaan*

Sebagai pusat perbelanjaan tentu sebuah toko atau ritel memiliki tingkat interaksi dan komunikasi yang tinggi karena didalamnya terdapat transaksi. Untuk mendukung seluruh aktivitas didalamnya, merujuk pada tabel SNI diatas sebuah pusat perbelanjaan yang terdiri dari sekumpulan retail memiliki tingkat pencahayaan sebesar 500 Lux.

**Faktor pencahayaan alami adalah perbandingan tingkat pencahayaan pada suatu titik dari suatu bidang tertentu didalam suatu ruangan terhadap tingkat pencahayaan bidang datar dilapangan terbuka yang merupakan ukuran kinerja lubang cahaya ruangan. Faktor pencahayaan alami terdiri dari 3 komponen, yaitu Sky component (SC) yaitu komponen pencahayaan**

langsung dari langit, Extranally reflected component (ERC) yaitu komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi benda – benda yang berada disekitar bangunan, dan Internally reflected component (IRC) yaitu komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi permukaan – permukaan dalam ruangan. Agar pejalan kaki merasa nyaman dengan ruang – ruang yang digunakan, maka ketiga komponen tersebut harus mencapaitingkat pencahayaan ruang sebesar 250 Lux.

## **2.5 Pusat Perbelanjaan Dengan Karakter City Walk**

### **2.4.1 Konsep City Walk Pada Pusat Perbelanjaan Modern**

Munculnya konsep City Walk mengembalikan esensi sebuah ruang terbuka pada zaman arsitektur klasik. Konsep City Walk merupakan konsep dimana sebuah kota berorientasi pada pejalan kaki serta ruang terbuka sebagai ruang publik.<sup>34</sup> Jika konsepsi tersebut dileburkan kedalam sebuah pusat perbelanjaan modern maka yang sama saja dengan membawa karakter citywalk itu sendiri kedalam skala yang lebih kecil, yang berupa wadah atau tempat untuk berekreasi sekaligus berbelanja dan berada di lahan properti pengembang privat yang diperuntukkan sebagai ruang publik.

Berdasarkan pemahaman mengenai citywalk di atas dapat disimpulkan pusat perbelanjaan dengan konsep citywalk ini merupakan pusat berbelanja berupa open mall center serta memiliki bentuk pedestrian mall , yaitu sebuah pusat perbelanjaan yang retail-retail dan fasilitas pendukungnya dihubungkan oleh pedestrian berupa koridor terbuka dan bebas dari kendaraan.

**Perancangan ini mencoba untuk meleburkan elemen City Walk ke dalam bangunan Shopping Center, dengan harapan bisa menjadi alternatif sarana**

---

<sup>34</sup> Astarie, F. 2004. Penerapan City Walk Pada Selokan Mataram. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada

hiburan dan pusat perbelanjaan bagi masyarakat Kota Yogyakarta di masa mendatang. Penyusunan naskah ini dicapai karena di Kota Yogyakarta sendiri belum ada sebuah Shopping Center yang menerapkan nilai dari city walk dalam perancangannya. Hasil akhir dari perancangan diharapkan bisa mewujudkan suasana city walk di dalam bangunan komersial seperti Shopping Center. Fungsional, Efisien serta fleksibel dalam menata ruang tapi juga tetap berkesan melindungi selayaknya sedang berada di koridor perkotaan, sekalipun semua elemennya berada dalam sebuah bangunan. Selain itu bangunan dengan konsep city walk sendiri merupakan bangunan public sehingga harus menarik dan dapat diakses oleh semua orang.

#### **2.4.2 Elemen City Walk Pada Pusat Perbelanjaan Modern**

Dari pengertian mengenai konsep City Walk diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai elemen-elemen utama pembentuk City Walk yaitu Open Space, Pedestrian dan retail-retail (bangunan)

##### **2.4.2.1 Open Space Pada Pusat Perbelanjaan**

Persimpangan koridor citywalk pada suatu pusat perbelanjaan sering digunakan sebagai ruang terbuka untuk panggung pertunjukan. Ruang ini juga berfungsi sebagai penghubung atau penyatu massa bangunan yang biasanya terpecah.

Fungsi Open Space pada City Walk<sup>35</sup>:

- Digunakan untuk panggung atau tempat hiburan
- Sebagai ruang penghubung atau penyatu masa bangunan yang biasanya terpisah

##### **2.4.2.2 Pedestrian Pada Pusat Perbelanjaan**

---

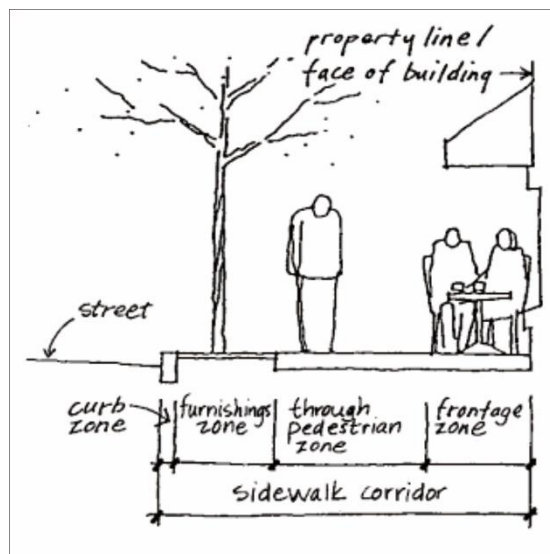
<sup>35</sup> Sony

Pedestrian berasal dari kata pedos (Yunani) yang berarti kaki. Sehingga pedestrian dapat diartikan sebagai pejalan kaki atau orang yang berjalan kaki, sedangkan jalan yaitu media diatas bumi yang memudahkan manusia dalam tujuan berjalan. Jadi, pedestrian dalam hal ini mempunyai arti pergerakan atau perpindahan orang atau manusia dari satu tempat sebagai titik tolak ke tempat lain sebagai tujuan dengan menggunakan moda jalan kaki<sup>36</sup>.

Fitur yang paling penting pada pedestrian pusat perbelanjaan dengan tipe terbuka adalah pedestrian yang teduh (nyaman). Bentuk penutupnya dapat disediakan melalui 2 cara yaitu :

- Dengan memundurkan pertokoan atau retail dari bangunan utama lantai atas.
- Dengan menambahkan kanopi.

Zona pedestrian pada pusat perbelanjaan dengan konsep City Walk



**Gambar 2. 53** Tipikal potongan trotoar pada area komersial

*Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)*

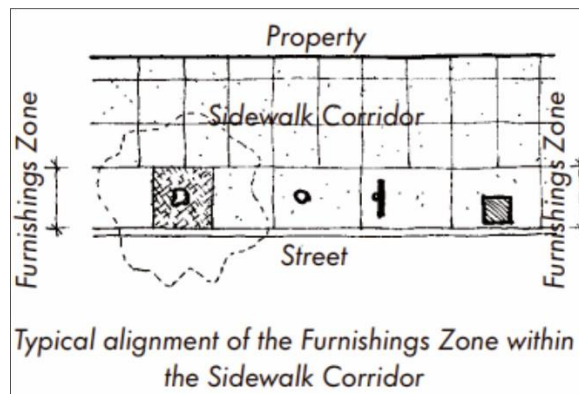
<sup>36</sup> Ir. Rustam Hakim, M. 1993. Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap. Jakarta. Bumi Aksara. Hlm 16

- Curb Zone

Zona curb mencegah air masuk ke area pedestrian. Lebar zona curb minimal 150 mm dan tingginya 175 mm untuk area komersial.

- Furnishing Zone

Zona furnishing berfungsi sebagai buffer area pedestrian serta sebagai area peletakan elemen-elemen seperti pohon, signage, tempat sampah, dan street furniture lainnya.<sup>37</sup>



**Gambar 2. 54** Tipikal Furnishings Zone

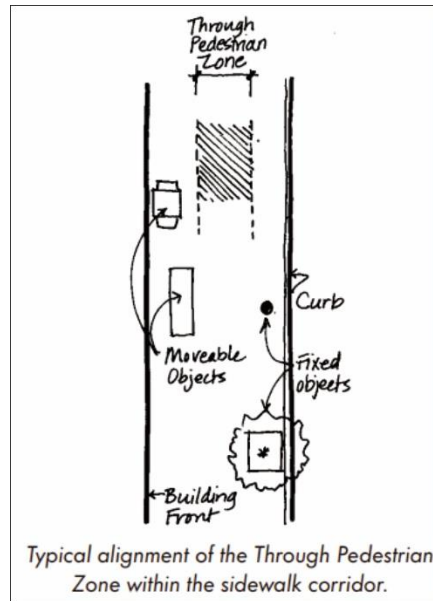
*Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)*

- Through pedestrian zone

Pada zona pedestrian area komersial penambahan paving diperlukan agar terlihat lebih atraktif. Lebar zona pedestrian sesuai dengan kebutuhan, dengan ruang minimal manusia 60 cm. Pada kawasan pedestrian secara umum, lebar zona pedestrian minimal 2,5 m. Pada area citywalk sebuah kota lebar zona pedestrian minimal 1,9 m. Pada area lokal lebar zona pedestrian minimal 1,5 m. Pemukaan area pedestrian harus dirancang kuat dan stabil, anti slip, dan aksesibel untuk pengguna yang menggunakan kursi roda serta model transportasi bantuan lainnya.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Office of Transportation Engineering and Development, 1998. Portland Pedestrian Design Guide: The Pedestrian Transportation Program

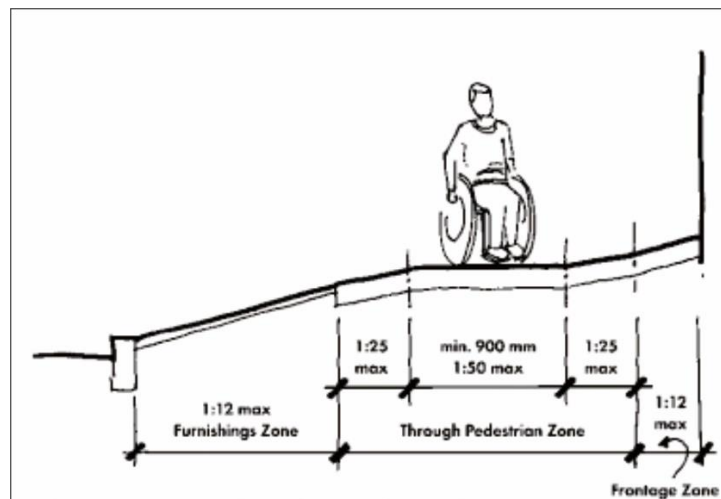
<sup>38</sup> Ibid



**Gambar 2. 55** Tipikal zona pedestrian pada sidewalk koridor

*Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)*

Kemiringan ramp pedestrian yang nyaman adalah dengan perbandingan 1:12 untuk zona furnishing, 1:50 untuk zona pedestrian, dan 1:12 untuk zona frontage



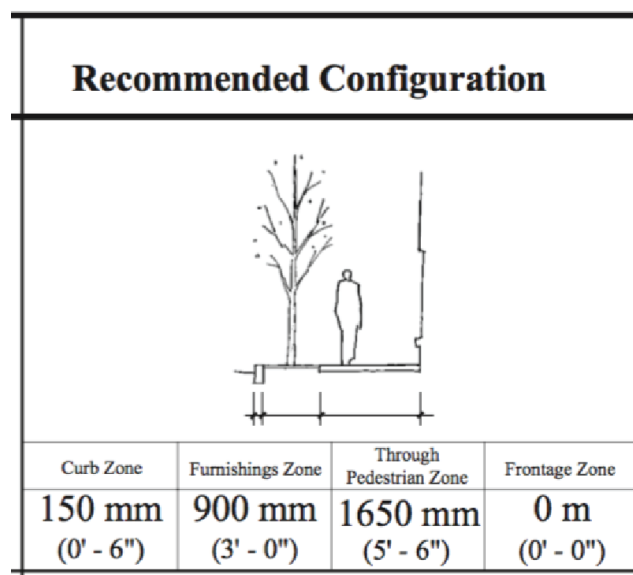
**Gambar 2. 56** Perbandingan kemiringan pada pedestrian yang nyaman

*Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)*

- Frontage zone

Zona frontage merupakan zona transisi antara area pedestrian dan garis bangunan, untuk memberikan jarak kenyamanan bagi pejalan kaki terhadap frontage dari bangunan. Pada zona ini ditempatkan elem-elemen seperti kursi, telpon umum, tiang petunjuk serta tiang utilitas

Berdasarkan kajian standar penerapan Sidewalk Coridor yang merujuk pada Portland Pedestrian Design Guide, didapatkan kesimpulan mengenai dimensi ruang gerak pada koridor. Tentu untuk menerapkan karakter City Walk pada pusat perbelanjaan haruslah mempertimbangkan kelayakan sebuah koridor yang ditinjau dari proporsi dan skala ruang.



**Gambar 2. 57** Rasio tinggi dan lebar bangunan

*Sumber: Portland Pedestrian Design Guide (1998)*

## 2.5 Studi Preseden City Walk Pada Pusat Perbelanjaan

Dibawah ini merupakan preseden yang dipakai dalam proses perancangan Midtown Plaza di kawasan Citra Pata Seturan;

### 1. Cihampelas Walk

CiWalk merupakan sebuah kompleks shopping mall yang berlokasi di Jalan Cihampelas 160 Bandung. Shopping Mall ini hadir dengan konsep baru yaitu terbuka sehingga pengunjungnya akan dapat merasakan suasana yang berbeda dari mall kebanyakan. Konsep terbuka ini merupakan perpaduan shopping mall sebagai bangunan modern dengan suasana kota bandung yang asri.



**Gambar 2. 58** Cihampelas Walk

*Sumber : google*

Dari tinjauan preseden ini, unsur yang bisa diterapkan dalam Midtown Plaza di Citra Pata Seturan adalah perpaduan yang harmonis antara ruang luar dan ruang dalam pada bangunan. Pada area outdoor pengunjung dapat menggunakannya sebagai ruang publik.

### 2. Tokyo Midtown Mall

Midtown mall berada pada kawasan mixed-use, selain berfungsi sebagai pusat perbelanjaan gedung ini juga merangkap sebagai stasiun Roppongi di Jalur Hibiya dan Ooedo. Dulunya tempat ini merupakan wilayah garis pertahanan Jepang yang berupa lapangan besar. Sekarang tempat ini menjadi pusat Roppongi yang berisi mall, taman, perkantoran, museum seni, hotel, dsb



**Gambar 2. 59** Midtown Mall, Tokyo

*Sumber : google*

Dari tinjauan kajian preseden ini, unsur-unsur yang dapat diambil adalah pemanfaatan ruang dan penggunaan proporsi yang baik. Ketika berada di dalam bangunan, naunasanya adalah seperti kita berjalan di tengah kota yang dikelilingi bangunan. Namun jika kita berada di luar bangunan, maka seperti ada pelindung besar yang maungi kita. Selain itu semua ruang dalam bangunan ini terbuka dan tentu sangat pas jika nilai tersebut diaplikasikan lagi dalam perancangan midtown plaza.

### 3. Wafi Mall, Dubai

Wafi City Mall mempunyai lebih dari 250 toko yang menawarkan berbagai merk ternama dunia, baik seni, fashion, makanan hingga gaya hidup bisa ditemukan. Mall ini mengintegrasikan konsep open mall dan enclosed mall, dimana terdapat bagian yang tertutup dna juga terbuka.



**Gambar 2. 60** Wafi Mall

*Sumber : google*

Sama seperti Midtown Mall di Tokyo, Wafi juga memberikan kesan seperti berada di luar bangunan ketika kita berada di dalam. Yang membedakan adalah bagaimana style yang dikembangkan. Wafi masih memerhatikan detail dari setiap ornamen sedangkan Midtown Tokyo lebih bersih dari segi detilnya.

## BAB III

### PENYELESAIAN PERSOALAN PERANCANGAN

Pada Bab 3 ini akan dibahas tentang penyelesaian persoalan perancangan. Penyelesaian persoalan perancangan merupakan hasil dari kajian pada Bab 1 dan Bab 2 yaitu tentang latar belakang permasalahan serta kajian pustaka. Dalam memecahkan persoalan perancangan, koridor merupakan fokus utama dalam perancangan. Hal tersebut dikarenakan urgensi koridor yang merupakan elemen utama dalam konsepsi city walk. Lifestyle Center ini mencoba untuk menerapkan karakter city walk pada bangunannya sehingga nantinya akan berpengaruh pada nuansa serta suasana. Untuk mencapai karakter city walk tersebut, dibutuhkan juga beberapa pendukung untuk menguatkan karakter tersebut diantaranya; penataan ruang yang efisien, penerapan sistem pencahayaan dan penghawaan alami, serta penyesuaian terhadap skala dan proporsi yang berkarakter city walk.

Dalam sebuah perancangan arsitektur, ruang merupakan sebuah elemen prioritas yang harus di selesaikan pada awal proses perancangan itu sendiri. Sehingga sekalipun koridor merupakan fokus utama pada perancangan Seturan Midtown Plaza tapi penataan ruang merupakan hal yang terpenting dan paling pertama untuk diselesaikan. Dari analisis penataan ruang tersebut akan lahir sebuah susunan organisasi ruang yang kemudian di dalamnya akan terdapat beberapa elemen city walk seperti; koridor, ruang terbuka, serta retail.

Setelah organisasi ruang terbentuk, barulah bisa diketahui dimana letak dan arah sirkulasi pada Seturan Midtown Plaza. Kemudian sirkulasi berupa koridor tersebut akan disesuaikan dengan skala dan proporsi ruang kota sehingga karakter City Walk akan begitu kuat bisa dirasakan. Sebagai pelengkap, sistem pencahayaan dan penghawaan alami juga diterapkan pada koridor sehingga mendukung karakter City Walk yang notabene bersifat ruang diluar bangunan.

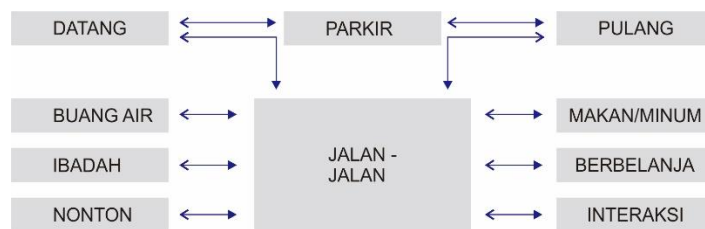
### 3.1 Tata Ruang dan Sirkulasi

#### 3.1.1 Analisis Kegiatan Pengguna Terhadap Pergerakan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab selanjutnya, secara garis besar terdapat tiga jenis pengguna ruang yang terkait dalam rancangan. Yaitu pengguna, penyewa, pengelola.

##### 1. Pengguna

Berdasarkan kajian pada sub – bab 2. tentang kajian pengguna pada pusat perbelanjaan, pengunjung merupakan salah satu target utama yang ada dalam rancangan ini. Sebuah pusat perbelanjaan yang berkarakter City Walk tentu akan mengarahkan pengunjung menuju ke koridor utama sesaat datang. Kemudian koridor tersebut akan membawa pengunjung ke tempat dimana ia akan berbelanja, sekedar menikmati, atau beraktivitas lainnya.

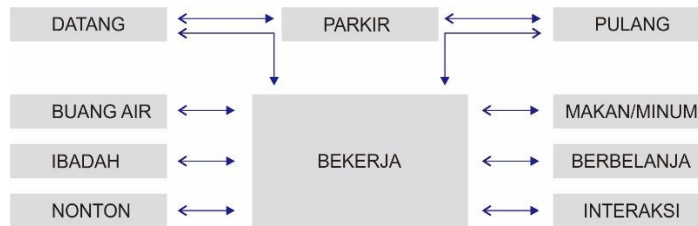


**Gambar 3. 1** Pola aktivitas pengguna pada pusat perbelanjaan

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

##### 2. Penyewa

Penyewa dalam hal ini adalah orang atau sekelompok orang yang menggunakan sarana retail untuk berjualan barang atau jasa. Pola kegiatannya adalah penyewa langsung diarahkan menuju toko atau retail. Disamping aktivitasnya untuk berjualan atau berdagang, penyewa juga bisa menikmati fasilitas yang ada seperti duduk bercerita di taman atau sekedar menonton pagelaran seni yang ditampilkan di plaza.

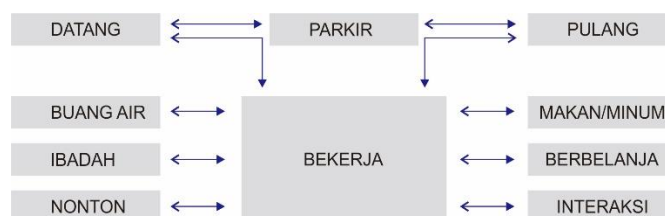


**Gambar 3. 2** Pola aktivitas penyewa pada pusat perbelanjaan

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

### 3. Pengelola

Pengelola merupakan kesatuan bersama yang terorganisir dalam menangani segala urusan yang terkait dengan Seturan Midtown Plaza. Pola kegiatannya adalah pengelola diarahkan menuju satu ruang yang melewati koridor utama, dimana seluruh aktivitas berawal dari sebuah ruang yang peruntukaannya dibagi berdasarkan peran dari masing-masing. Sebut saja terdapat ruang kontrol, ruang manager, ruang MEE, dsb. Pengelola dalam hal ini juga bersifat dinamis dengan tingkat mobilitas yang cukup tinggi karena harus melakukan proses controlling rutin sebagai bagian dari prosedur tetap sebuah bangunan komersial.



**Gambar 3. 3** Pola aktivitas pengelola pada pusat perbelanjaan

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

#### 3.1.2 Analisis Kebutuhan Ruang

| Fungsi | Kegiatan | Sifat | Kebutuhan Ruang |
|--------|----------|-------|-----------------|
|--------|----------|-------|-----------------|

| <i><b>PENGUNJUNG</b></i> |                             |                         |                    |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------|
| Shopping                 | Mencari Informasi, menunggu | Publik, ramai           | Lobby              |
|                          | Berjalan                    | Publik, ramai           | Koridor            |
|                          | Melihat / memilih barang    | Atraktif, Komunikatif   | Toko, Etalase      |
|                          | Bernegosiasi                | Interaktif, Komunikatif | Ruang<br>Negosiasi |
|                          | Pembayaran                  | Semi Formal             | Ruang<br>Transaksi |
| Gathering                | Mencari Informasi, menunggu | Publik, ramai           | Lobby              |
|                          | Berjalan                    | Publik, ramai           | Koridor            |
|                          | Bersantai, Bercerita        | Semi Formal, ramai      | Plaza              |
|                          | Bertransaksi                | Semi Formal, ramai      | Plaza              |
|                          | Bernegosiasi                | Semi Formal, ramai      | Plaza              |
| Showing                  | Mencari Informasi, menunggu | Publik, ramai           | Lobby              |
|                          | Berjalan                    | Publik, ramai           | Koridor            |
|                          | Menikmati Karya             | Publik, ramai           | Atrium, Plaza      |
|                          | Menonton Pentas             | Publik, ramai           | Atrium, Plaza      |
| Dinning                  | Mencari Informasi, menunggu | Publik, ramai           | Lobby              |
|                          | Berjalan                    | Publik, ramai           | Koridor            |
|                          | Melihat / Memilih tempat    | Publik, ramai           | Koridor            |
|                          | Memesan Makanan             | Publik, Komunikatif     | Kafe, Restoran     |
|                          | Menikmati Pesanan           | Publik, Komunikatif     | Kafe, Restoran     |
|                          | Bercerita                   | Semi Formal, ramai      | Kafe, Restoran     |
|                          | Mencuci Tangan              | Non Formal, Terkontrol  | Kafe, Restoran     |
|                          |                             |                         |                    |
| Working                  | Mencari Informasi, menunggu | Publik, ramai           | Lobby              |
|                          | Berjalan                    | Publik, ramai           | Koridor            |

|  |                            |                         |             |
|--|----------------------------|-------------------------|-------------|
|  | Konsultasi Dengan Penyedia | Formal, Komunikatif     | Ruang Kerja |
|  | Bercerita                  | Semi Formal, Terkontrol | Ruang Kerja |
|  | Bekerja                    | Semi Formal, Terkontrol | Ruang Kerja |

| <b>PENYEWA</b> |                     |                         |                    |
|----------------|---------------------|-------------------------|--------------------|
| Shopping       | Administrasi        | Semi Formal             |                    |
|                | Menerima Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                | Pengepakan Barang   | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                | Transfer Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Loading Dock       |
|                | Memajang Barang     | Atraktif, Komunikatif   | Etalase            |
|                | Melayani Pengunjung | Formal                  | Etalase            |
|                | Rapat               | Semi Formal, tertutup   | Ruang Rapat        |
| Showing        | Administrasi        | Semi Formal             | Ruang Administrasi |
|                | Memamerkan Karya    | Semi Formal, tertutup   | Ruang Pameran      |
|                | Persiapan Pentas    | Semi Formal             | Ruang Pentas       |
|                | Rapat               | Semi Formal, tertutup   | Ruang Rapat        |
| Dinning        | Administrasi        | Semi Formal             | Ruang Administrasi |
|                | Menerima Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                | Pencucian Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Dapur              |
|                | Melayani Pemesan    | Formal                  | Kasir              |
|                | Mengerjakan Pesanan | Semi Formal, Terkontrol | Dapur              |
|                | Mengantar Pesanan   | Formal, Terkontrol      | Ruang Makan        |
|                | Membersihkan        | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Makan        |

|         |                     |                         |                    |
|---------|---------------------|-------------------------|--------------------|
| Working | Administrasi        | Semi Formal             | Ruang Administrasi |
|         | Menerima Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|         | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|         | Menerima Tamu       | Formal                  | Ruang CS           |
|         | Berkonsultasi       | Formal, Terkontrol      | Ruang CS           |
|         | Mengerjakan Pesanan | Semi Formal, Terkontrol | Ruang Kerja        |
|         | Ruang Transaksi     | Formal, Terkontrol      | Ruang Transaksi    |
|         | Rapat               | Semi Formal             | Ruagn Rapat        |

| <b>PENGELOLA</b> |                      |                         |                      |
|------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Pengelolaan      | Kordinasi            | Semi Formal, Interaktif | Ruang Rapat          |
|                  | Bekerja              | Privat, Disiplin        | Ruang Kerja          |
|                  | Administrasi         | Semi Formal, Interaktif | Ruang Administrasi   |
|                  | Rapat                | Semi Formal, Interaktif | Ruang Rapat          |
|                  | Menyimpan Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Gudang               |
|                  | Pelayanan Kebersihan | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Janitor        |
|                  | Pelayanan Keamanan   | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Sekuriti       |
|                  | Mengontrol, Monitor  | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Kontrol        |
|                  | Pemeliharaan         | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Utilitas (MEE) |

| <b>PEMILIK</b> |                   |                    |             |
|----------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Monitor        | Kordinasi         | Formal, Terkontrol | Ruang Rapat |
|                | Bekerja, Mengatur | Formal, Terkontrol | Ruang Kerja |

|  |              |                    |                    |
|--|--------------|--------------------|--------------------|
|  | Administrasi | Formal, Terkontrol | Ruang Administrasi |
|  | Bersantai    | Non Formal, Santai | Ruang Bersantai    |
|  | Rapat        | Formal, Terkontrol | Ruang Rapat        |

|                  |                    |                         |                |
|------------------|--------------------|-------------------------|----------------|
| <i>Penunjang</i> | Buang Air          | Non Formal, Tertutup    | Toilet         |
|                  | Menyusui           | Non Formal, Tertutup    | Ruang Menyusui |
|                  | Ibadah             | Non Formal, Tertutup    | Mushola        |
|                  | Memarkir Kendaraan | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Parkir   |
|                  | Istirahat          | Non Formal, Terkontrol  | Plaza, Koridor |
|                  | Berjalan           | Semi Formal, Interaktif | Koridor        |
|                  |                    |                         |                |
|                  |                    |                         |                |

**GENERIK / NORMATIF**

| Fungsi              | Kegiatan                           | Sifat                 | Ruang          |
|---------------------|------------------------------------|-----------------------|----------------|
| <i>Pengunjung</i>   |                                    |                       |                |
| <i>Perbelanjaan</i> |                                    |                       |                |
|                     | Mencari Informasi, Menunggu        | Publik, Ramai         | Lobby Mall     |
|                     | Berjalan                           | Publik, Ramai         | Koridor        |
|                     | Berbelanja                         | Publik, Ramai         | Toko           |
|                     | Melihat Contoh Barang              | Atraktif, Komunikatif | Etalase        |
|                     | Istirahat, makan, minum, interaksi | Publik, Non Formal    | Restoran, Kafe |
|                     | Bermain                            | Publik, Non Formal    | Taman          |
|                     | Bersantai                          | Publik, Non Formal    | Taman          |

|                               |                     |                         |                    |
|-------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------|
|                               | Buang Air           | Non Formal, Tertutup    | Toilet             |
|                               | Sholat              | Non Formal, Tertutup    | Mushola            |
|                               | Transaksi Bank      | Semi Formal             | ATM / Bank         |
|                               | Memarkir Kendaraan  | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Parkir       |
|                               | Menyusui Bayi       | Non Formal, Tertutup    | Ruang Menyusui     |
|                               | Transfer Barang     | Non Formal, Tertutup    | Loading Dock       |
|                               |                     |                         |                    |
| <b>Tenant</b>                 |                     |                         |                    |
| Tenant                        | Memajang Barang     | Atraktif, Komunikatif   | Etalase            |
|                               | Melakukan Negosiasi | Semi-formal, Interaktif | Ruang Negosiasi    |
|                               | Pembayaran          | Semi Formal             | Ruang Transaksi    |
|                               | Menerima Barang     | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Penerimaan   |
|                               | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                               | Pengepakan barang   | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                               | Buang Air           | Non Formal, Tertutup    | Toilet             |
|                               | Memarkir Kendaraan  | Non Formal, Terkontrol  | Ruang Pakir        |
|                               |                     |                         |                    |
| <b>Pengelola &amp; Servis</b> |                     |                         |                    |
| Pengelolaan                   | Koordinasi          | Semi Formal, Interaktif | Ruang Rapat        |
|                               | Bekerja, Mengatur   | Privat, Disiplin        | Ruang Manager      |
|                               | Administrasi        | Semi Formal, Interaktif | Ruang Administrasi |
|                               | Bekerja, Mengatur   | Semi Formal, Interaktif | Ruang Kerja        |
|                               | Menyimpan Barang    | Non Formal, Terkontrol  | Gudang             |
|                               |                     |                         |                    |

|                                    |                        |                    |
|------------------------------------|------------------------|--------------------|
| Pelayanan Kebersihan               | Non Formal, Terkontrol | Ruang Janitor      |
| Pelayanan Keamanan                 | Non Formal, Terkontrol | Ruang Sekuriti     |
| Memonitor, Mengontrol              | Non Formal, Terkontrol | Ruang Kontrol      |
| Buang Air                          | Non Formal, Terkontrol | Toilet             |
| Ibadah                             | Non Formal, Publik     | Mushola            |
| Memarkir Kendaraan                 | Non Formal, Terkontrol | Ruang Parkir       |
| Makan, Minum, Istirahat, Interaksi | Non Formal, Rekreatif  | Kantin             |
| Pemeliharaan, Pelayanan            | Non Formal, Terkontrol | Ruang Utilitas MEE |

**Tabel 3. 1** Standar ruang gerak manusia

*Sumber: Data Arsitek*

### 3.1.3 Analisis Ruang Terkait Skala – Proporsi City Walk Serta Kenyamanan Pergerakan

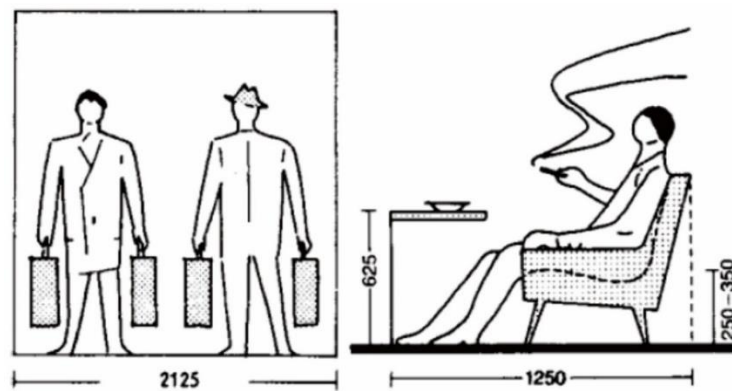
Kenyamanan gerak dalam ruang merupakan perbandingan dimensi tubuh manusia terhadap dimensi sebuah ruang maupun furnitur yang ada didalamnya. Disamping itu, skala dan proporsi yang digunakan merupakan gambaran dari karakter City Walk, dimana pasti berbeda dengan dimensi yang terdapat dari ruang dalam (indoor). Karakter City Walk yang kental dengan suasana koridor perkotaan yang dikelilingi toko memiliki perbandingan yang tidak merata antara lebar ruang dan tinggi ruang. Dalam konteks perancangan Seturan Midtown Plaza ini, ruang-ruang yang menjadi analisa kenyamanan gerak serta skala – proporsi City Walk adalah koridor, retail, serta plaza.

#### 1. Koridor

Koridor merupakan bagian terpenting dalam ruang sirkulasi karena menjadi penghubung antar ruang – ruang di dalam maupun di luar masa bangunan. Koridor juga merupakan ruang yang paling banyak digunakan oleh semua pengguna. Waktu

penggunaan koridor dimulai ketika sebelum pusat perbelanjaan beroperasi hingga waktu operasinya selesai.

Merujuk pada konsepsi City Walk dimana secara hemat bisa diartikan sebagai koridor panjang yang dikelilingi pertokoan, tentu ada penekanan tersendiri pada koridor sebagai elemen utama. Koridor disini tidak hanya berfungsi sebagai akses utama melainkan untuk aktivitas lainnya, sama halnya dengan koridor di perkotaan yang biasanya terdapat orang-orang duduk, berjualan, berinteraksi dan lain sebagainya.



**Gambar 3. 4** Standar ruang gerak manusia

*Sumber: Data Arsitek*

Rata-rata lebar manusia adalah 60 cm, sedangkan standat lebar koridor untuk satu orang adalah 120 cm. Namun sebagai koridor untuk lalu – lalang semua pengguna bangunan, akses difable serta tambahan street, kebutuhan koridor utama pada bangunan sebuah pusat perbelanjaan adalah minimal 4 meter

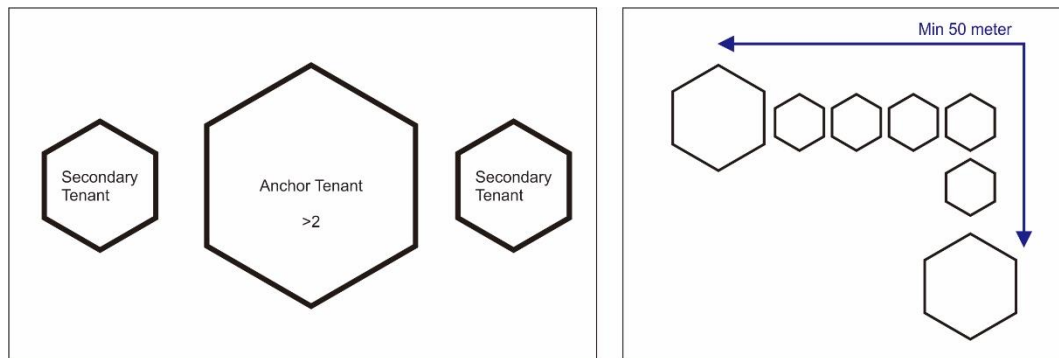
| Sidewalk Corridor   | Application                                                                                                        | Recommended Configuration                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------|-------------------------|---------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| 4.6 m<br>(15' - 0") | <b>Recommended</b> in Pedestrian Districts, especially for arterial streets or where ROW width is 24.5 m (80'-0"). |  <table><tr><th>Curb Zone</th><th>Furnishings Zone</th><th>Through Pedestrian Zone</th><th>Frontage Zone</th></tr><tr><td>150 mm<br/>(0' - 6")</td><td>1.2 m<br/>(4' - 0")</td><td>2.5 m<br/>(8' - 0")</td><td>750 mm<br/>(2' - 6")</td></tr></table> | Curb Zone           | Furnishings Zone | Through Pedestrian Zone | Frontage Zone | 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0") | 2.5 m<br>(8' - 0") | 750 mm<br>(2' - 6") |
| Curb Zone           | Furnishings Zone                                                                                                   | Through Pedestrian Zone                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Frontage Zone       |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |
| 150 mm<br>(0' - 6") | 1.2 m<br>(4' - 0")                                                                                                 | 2.5 m<br>(8' - 0")                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 750 mm<br>(2' - 6") |                  |                         |               |                     |                    |                    |                     |

**Gambar 3. 5** Rekomendasi dimensi koridor*Sumber: Porland (2017)*

Berdasarkan standar yang terdapat pada kajian koridor City Walk, dimensi koridor pada City Walk adalah lebar minimal 4,6 meter dengan panjang koridor yang mencapai 24,6 meter.

## 2. Retail / Toko

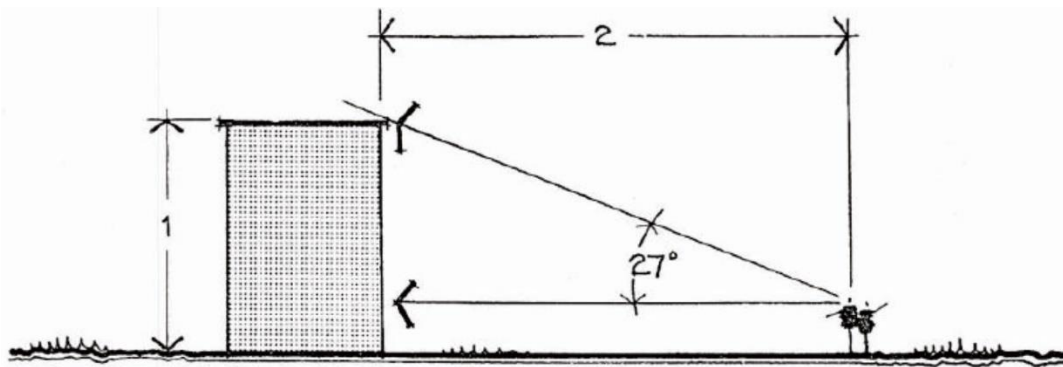
Pada umumnya retail atau toko sering disebut tenant, karena ruang tersebut disewakan untuk keperluan berjualan. Tenant sendiri terbagi menjadi dua yaitu; anchor tenant dan secondary tenant. Lebar serta tinggi ruang tentunya juga disesuaikan dengan karakter City Walk yang standarnya telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Tetapi terdapat perbedaan antara Anchor tennat dan secondary tenant, mengingat dari segi kuantitas anchor tenant memiliki luasan yang besar dari secondary tenant. Ketinggian bangunan disini menjadi penting karena untuk mencapai susana City Walk di dalam bangunan haruslah disesuaikan dengan skala dan proporsinya.

**Gambar 3. 6** Anchor Tenant dan Secondary Tenant*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Anchor tenant yang menjadi magnet utama dalam sebuah pusat perbelanjaan memiliki ukuran yang lebih besar daripada secondary tenant. Secara jika dilihat dari barang yang dijual, anchor tenant sebagai magnet utama lebih kompleks sehingga membutuhkan ruang yang lebih besar. **Rasio perbandingan**

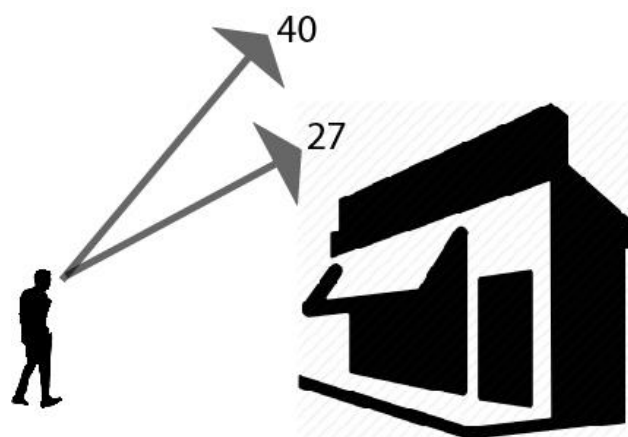
anchor tenant dengan secondary tenant adalah 1:3 dan jarak antara sesama anchor tenant adalah minimal 50 meter.

Kemudian untuk mencapai karakter City Walk, ritel dalam pusat perbelanjaan harus menyesuaikan dengan proporsi yang ada di ruang perkotaan. Untuk ruang luarnya (disekitar pusat perbelanjaan) rasio perbandingan tinggi (H) dan lebar (D) sebuah ritel dengan ruang sekitarnya (koridor luar) adalah  $D/H > 1$ . Rasio tersebut juga menunjang aspek visual berupa jarak pengamatan (pandang) terhadap sebuah objek. Kemudian untuk ruang dalamnya, sudut pandang  $40^\circ$  digunakan untuk menjawab tantangan visual City Walk yang mana akan membentuk sebuah orientasi pandangan yang bebas lepas layaknya seperti di koridor perkotaan.



**Gambar 3. 7** Jarak pandang manusia terhadap objek

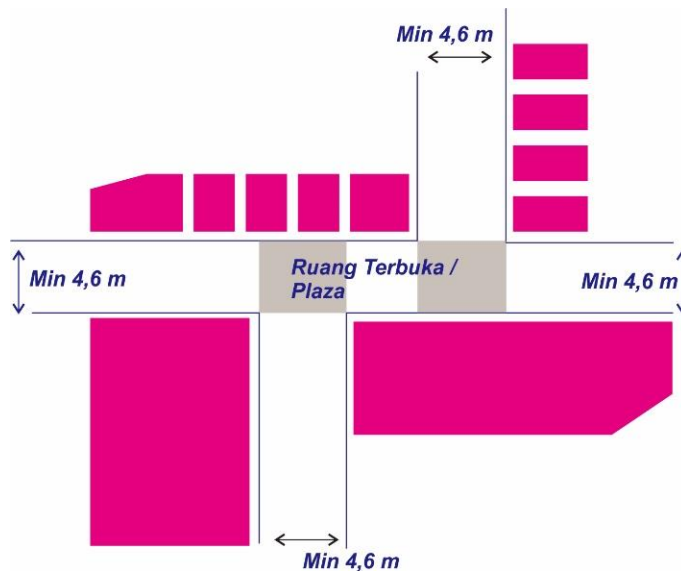
*Sumber: Norman (2017)*



**Gambar 3. 8** Ilustrasi lingkungan sekitar terhadap lingkungan sekitar*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

### 3. Ruang Terbuka

Ruang terbuka dalam konsepsi City Walk berada pada persimpangan antar koridor (Gambar 3.8 ). Dimensinya bisa menyesuaikan dengan lebar koridor, dalam hal ini lebar koridor yang digunakan dalam Seturan Midttown Plaza sebagai sebuah pusat perbelanjaan dengan karakter City Walk adalah 4,6 m (minimal).

**Gambar 3. 9** Ruang terbuka pada persimpangan koridor*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

#### 3.1.4 Analisis Besaran Ruang

##### 1) Analisis Besaran Ruang Koridor

Analisis besaran ruang pada rancangan koridor mengacu pada analisis pengguna dan standar – standar yang telah dikaji di bab sebelumnya. Koridor pada rancangan ini terbagi menjadi dua, yaitu koridor di dalam bangunan (ruang dalam) dan koridor di luar bangunan (ruang luar). Kemudian terbagi lagi menjadi 2 tipe yang

berdasarkan besaran ruangnya yang disesuaikan dengan jumlah pengunjung dan aktivitas yang terjadi.

| Jenis Ruang | Kebutuhan Ruang    | Besar Luasan           |          |           | Jlh Ruang | Luas Area (m <sup>2</sup> ) |
|-------------|--------------------|------------------------|----------|-----------|-----------|-----------------------------|
|             |                    | Luas (m <sup>2</sup> ) | Acuan    | Kapasitas |           |                             |
| Interior    | Major Corridor     | 120                    | Portland | XX        | 3         | 360                         |
|             | Secondary Corridor | 32                     | Portland | XX        | 1         | 32                          |
| Exterior    | Major Corridor     | 1000                   | Portland | XX        | 1         | 1000                        |
|             | Secondary Corridor | 300                    | Portland | XX        | 1         | 300                         |
| Total       |                    |                        |          |           |           | 1692                        |

**Tabel 3. 2** Besaran Ruang Koridor

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

## 2) Analisis Besaran Ruang Ritel / Pertokoan

Analisis besaran ruang ritel atau pertokoan disesuaikan dengan kebutuhan ruang gerak pengunjung serta penyewa. Berdasarkan Pola perletakan dan fungsi, pertokoan dibagi menjadi dua, yaitu major unit dan small unit. Major Unit merupakan bagian utama yang menjadi magnet dari rancangan pusat perbelanjaan di Seturan ini. Major unit terdiri dari department store, supermarket, bisokop, retail tipe 1, serta lobby.

| Jenis Ruang | Kebutuhan Ruang         | Besar Luasan           |              |           | Jlh Ruang | Luas Area (m <sup>2</sup> ) |
|-------------|-------------------------|------------------------|--------------|-----------|-----------|-----------------------------|
|             |                         | Luas (m <sup>2</sup> ) | Acuan        | Kapasitas |           |                             |
| Small Unit  | Resepsionis / Informasi | 5                      | Asumsi       | 3         | 1         | 5                           |
|             | Lobby                   | 25                     | Datek White, | 50        | 2         | 50                          |
|             | Retail Tipe 1           | 496                    | Grey         | 40        | 14        | 6944                        |
|             | Supermarket             | 5000                   | Norman       | 400       | 1         | 5000                        |
|             | Department Store        | 3600                   | Norman       | 400       | 1         | 3600                        |
|             | Food Court              | 1226,4                 | Norman       | 200       | 1         | 1226,4                      |
|             |                         |                        |              |           |           |                             |

|               |               |      |                |     |    |         |
|---------------|---------------|------|----------------|-----|----|---------|
|               | Bioskop       | 3000 | White,<br>Grey | 500 | 1  | 3000    |
| Small<br>Unit | Retail Tipe 2 | 288  | White,<br>Grey | 20  | 40 | 11520   |
|               | Retail Tipe 3 | 124  | White,<br>Grey | 10  | 24 | 2976    |
| Total         |               |      |                |     |    | 34321,4 |

**Tabel 3. 3 Besaran Ruang Pertokoan***Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

## 3) Analisis Besaran Ruang Terbuka / Publik

Ruang terbuka atau ruang publik ini terdapat pada persimpangan koridor. Ruang publik terbagi menjadi 3 tipe berdasarkan luasannya. Major Size atau ruang publik yang paling besar ukurannya berada pada persimpangan koridor utama. Sedangkan untuk tipe small dan medium berada pada setiap persimpangan sekunder corridor.

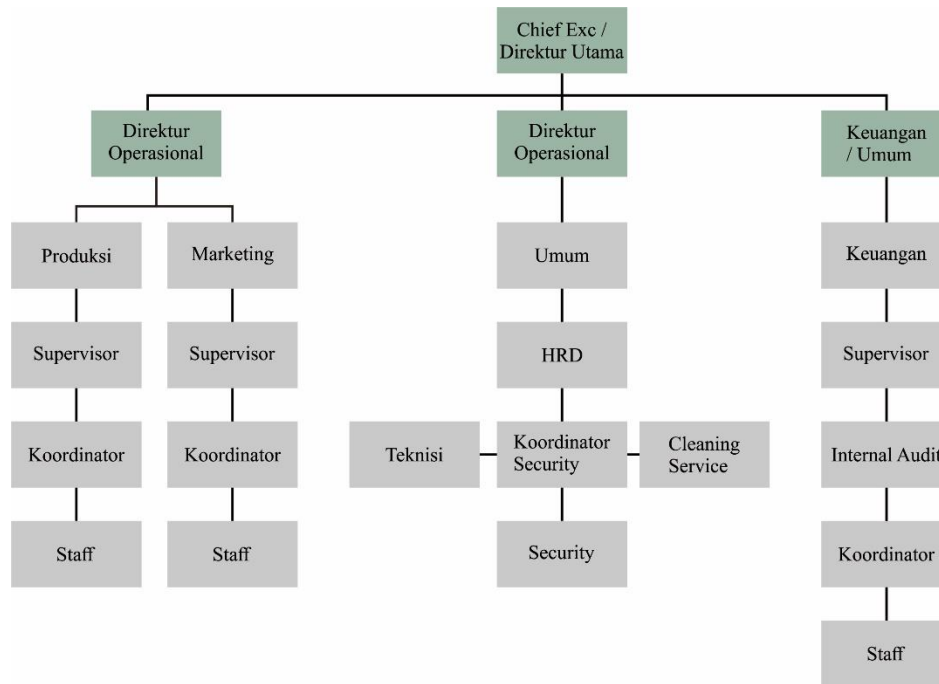
| Jenis Ruang | Kebutuhan Ruang | Besaran Luasan         |             |           | Jl Ruang | Luas Area (m <sup>2</sup> ) |
|-------------|-----------------|------------------------|-------------|-----------|----------|-----------------------------|
|             |                 | Luas (m <sup>2</sup> ) | Acuan       | Kapasitas |          |                             |
| Plaza       | Major (Inside)  | 2400                   | AJM,<br>NAD | 25        | 4        | 9600                        |
|             | Minor (Outside) | 200                    | AJM,<br>NAD | 100       | 2        | 400                         |
|             | Small Size      | 100                    | 0           | 0         | 0        | 0                           |
| Total       |                 |                        |             |           |          | 10000                       |

**Tabel 3. 4 Besaran Ruang Terbuka***Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

## 4) Analisis Ruang Pengelola, Servis dan Penunjang

Besaran ruang untuk fungsi pengelola, servis, dan penunjang disesuaikan dengan kajian pengguna dan data yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan. Adapun

dibawah ini terdapat struktur organisasi manajemen pengelolaan pada sebuah pusat perbelanjaan.



**Gambar 3. 10** Struktur Organisasi Mall

*Sumber: Shita, Ilustrasi penulis (2017)*

| Jenis Ruang              | Kebutuhan Ruang  | Besar Luasan           |        |           | Jlh Ruang | Luas Area (m <sup>2</sup> ) |
|--------------------------|------------------|------------------------|--------|-----------|-----------|-----------------------------|
|                          |                  | Luas (m <sup>2</sup> ) | Acuan  | Kapasitas |           |                             |
|                          | Direktur Utama   | 9,1                    | Datek  | 3         | 1         | 9,1                         |
|                          | Dir OP Umum      | 6,19                   | Datek  | 3         | 1         | 6,19                        |
|                          | Dir OP Keuangan  | 6,19                   | Datek  | 3         | 1         | 6,19                        |
|                          |                  | 39,8                   |        |           |           |                             |
| Kelompok Ruang Pengelola | Bagian Produksi  | 5                      | Datek  | 12        | 1         | 39,85                       |
|                          |                  | 39,8                   |        |           |           |                             |
|                          | Bagian Marketing | 5                      | Datek  | 12        | 1         | 39,85                       |
|                          |                  | 27,8                   |        |           |           |                             |
|                          | Personalia / HRD | 4                      | Datek  | 10        | 1         | 27,84                       |
|                          |                  | 10,3                   |        |           |           |                             |
|                          | Rg. Tamu         | 3                      | Asumsi | 5         | 2         | 20,66                       |
|                          | Pantry           | 6,29                   | Datek  | 2         | 1         | 6,29                        |

|                          |                          |      |          |     |     |        |
|--------------------------|--------------------------|------|----------|-----|-----|--------|
|                          | Lavatory                 | 8,66 | Datek    | 4   | 2   | 17,32  |
|                          | Bagian Teknisi           | 5,56 | Datek    | 4   | 1   | 5,56   |
|                          |                          | 36,2 |          |     |     |        |
|                          | Bagian Security          | 1    | Datek    | 12  | 1   | 36,21  |
|                          | Bagian Cleaning Service  | 20   | Asumsi   | 10  | 1   | 20     |
|                          | Bagian Office Boy / Girl | 15   | Datek    | 4   | 1   | 15     |
|                          | Rg. Pantry               | 6,29 | Datek    | 2   | 1   | 6,29   |
|                          | Lavatory                 | 8,66 | Datek    | 4   | 2   | 17,32  |
|                          | Gudang Supermarket       | 300  | Asumsi   | 100 | 1   | 300    |
|                          | Gudang Retail            | 30   | Asumsi   | 10  | 30  | 900    |
|                          | Gudang Department St     | 300  | Asumsi   | 100 | 2   | 600    |
| Kelompok Ruang Servis    | Loading Dock             | 300  | Asumsi   | 100 | 1   | 300    |
|                          | Ruang Kontrol            | 9,8  | Asumsi   | 2   | 1   | 9,8    |
|                          | Ruang Genset             | 5,66 | Datek    | 2   | 3   | 16,98  |
|                          | Ruang Pompa Air          | 12   | Datek    | 2   | 2   | 24     |
|                          | Ruang AHU                | 5,79 | Datek    | 2   | 3   | 17,37  |
|                          | Ruang Server             | 9,8  | Asumsi   | 2   | 1   | 9,8    |
|                          | Ruang Tangga Darurat     | 24   | Datek    | 6   | 3   | 72     |
|                          | Ruang Lift Barang        | 12   | Datek    | 2   | 2   | 24     |
|                          | Ruang Lift Penumpang     | 12,5 | Datek    | 8   | 4   | 50     |
|                          | Parkir Mobil             | 12,5 | Portland | 1   | 233 | 2912,5 |
|                          | Parkir Motor             | 1,5  | Portland | 1   | 699 | 1048,5 |
| Kelompok Ruang Penunjang | Smoking Room             | 15   | Asumsi   | 10  | 4   | 60     |
|                          | Baby Room                | 10   | Asumsi   | 8   | 4   | 40     |
|                          |                          | 21,1 |          |     |     |        |
|                          | Klinik P3K               | 7    | Asumsi   | 7   | 1   | 21,17  |
|                          | Mushola                  | 42,5 | Asumsi   | 25  | 1   | 42,5   |
|                          |                          | 32,4 |          |     |     |        |
|                          | ATM Center               | 8    | Asumsi   | 15  | 1   | 32,48  |
| Total                    |                          |      |          |     |     | 6754,7 |
|                          |                          |      |          |     |     | 7      |

Gambar 3. 11 Besaran Ruang Pengelola, Servis dan Penunjang

Sumber: Ilustrasi penulis (2017)

## 5) Analisis Kebutuhan Ruang Parkir

| Jenis Ruang | Kebutuhan Ruang | Besar Luasan           |       |           | Jlh Ruang | Luas Area (m <sup>2</sup> ) |
|-------------|-----------------|------------------------|-------|-----------|-----------|-----------------------------|
|             |                 | Luas (m <sup>2</sup> ) | Acuan | Kapasitas |           |                             |
| Parkir      | Mobil           | 12,5                   | TS    | 1         | 3500      | 43750                       |
|             | Motor           | 1,4                    | TS    | 1         | 5250      | 7350                        |
|             | Bus             | 36                     | TS    | 1         | 6         | 216                         |
| Total       |                 |                        |       |           |           | 51.316                      |

Tabel 3. 5 Kebutuhan Parkir

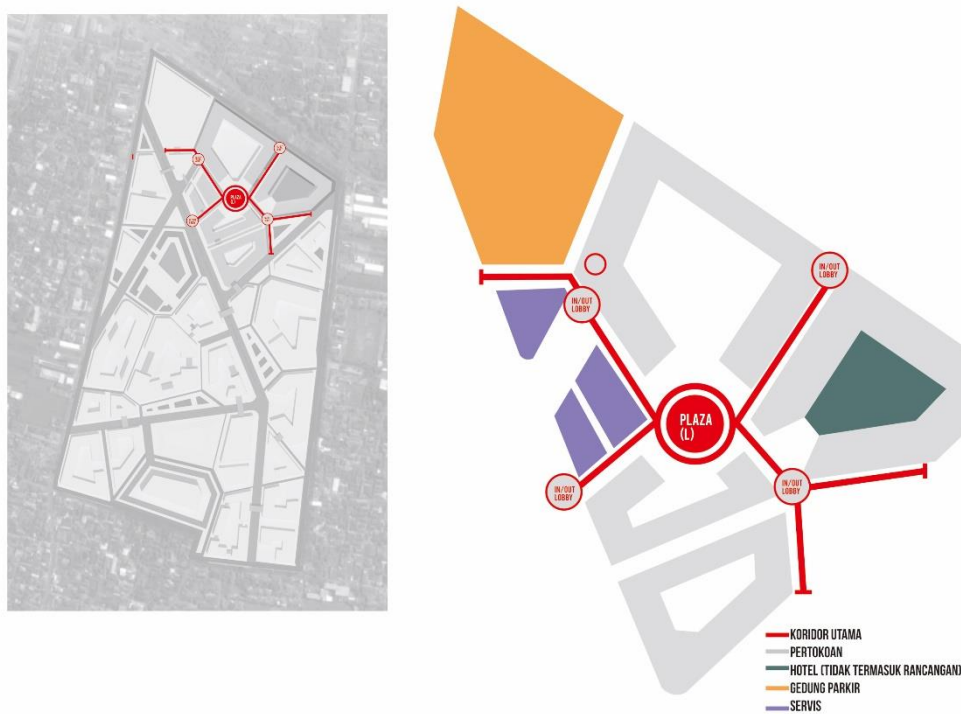
Sumber: Shita, Ilustrasi penulis (2017)

Meskipun terpisah dengan bangunan utama (rencana pengembangan kawasan), pusat perbelanjaan tentu sudah harus mempertimbangkan sekaligus memberikan kebutuhan ruang untuk parkir pengunjung maupun pengelola. Data diatas akan menjadi acuan dalam rangka memenuhi salah satu perihal teknis yang paling penting dalam sebuah bangunan komersial.

### 3.1.5 Analisis Hubungan dan Organisasi Ruang

#### 1) Skema Hubungan Ruang

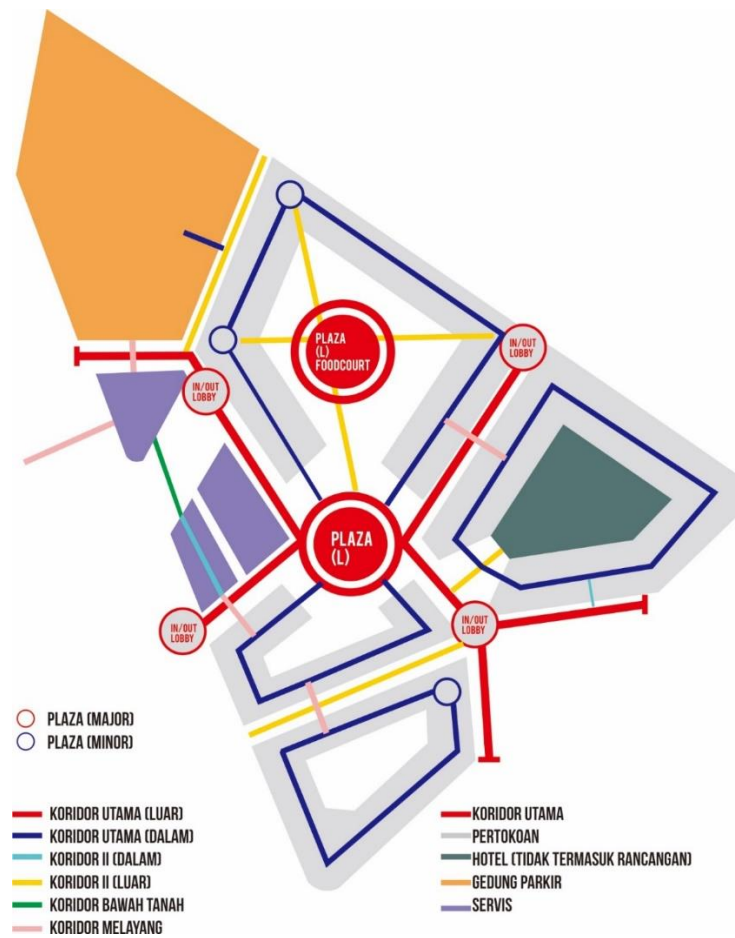
Setiap pengguna dalam rancangan ini memiliki alur pergerakan yang berbeda. Perbedaan alur kegiatan tersebut bahkan dapat mempengaruhi kenyamanan kegiatan lainnya. Berdasarkan analisis kegiatan pengguna, maka didapatkan skema hubungan antar ruang yaitu:



**Gambar 3. 12** Skema Sirkulasi (Koridor Utama)

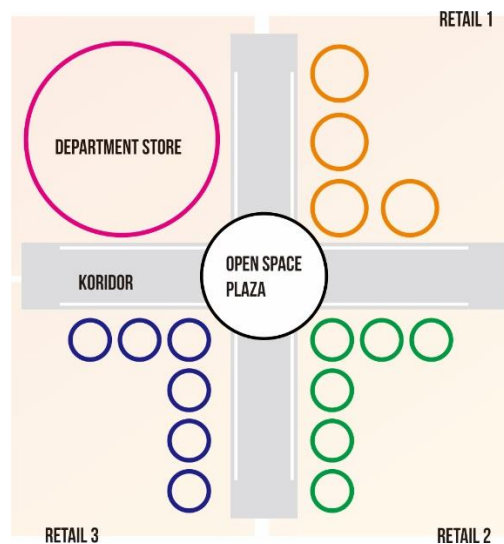
*Sumber: Shita, Ilustrasi penulis (2017)*

Penyusunan jaringan koridor utama berdasarkan rencana pengembangan kawasan Citra Pata Seturan yang telah terdapat perletakan gubahan massa beserta fungsinya. Koridor Utama juga mengikuti skema sirkulasi (akses) pada kawasan Citra Pata Seturan yang terdapat pada dokumen perencanaan pengembangan kawasan. Setiap persimpangan koridor utama terdapat ruang publik yang digunakan sepenuhnya untuk kepentingan publik.



**Gambar 3. 13 Skema Sirkulasi**

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*



**Gambar 3. 14 Skema Penataan Koridor dan Pertokoan**

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

## 2) Klasifikasi Ruang

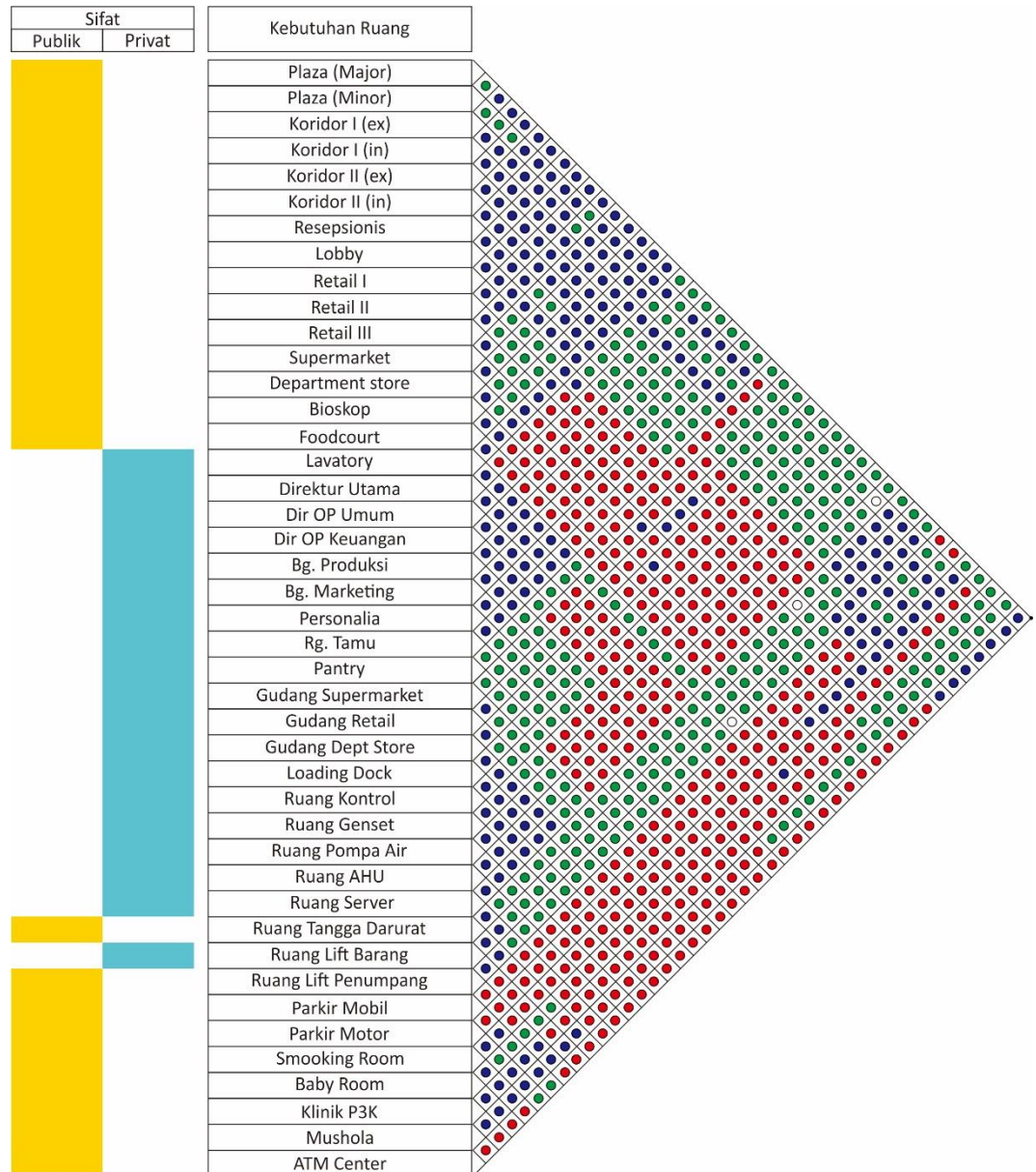
Berdasarkan analisis skema hubungan ruang pada poin 1, ruang yang ada pada perancangan ini dapat diklasifikasikan hirarkinya berdasarkan pola penggunaannya. Klasifikasi ruang ini nantinya dijadikan sebagai dasar dalam menyusun layout ruang pada denah.

| PRIVAT             | PUBLIK               |
|--------------------|----------------------|
| Lavatory           | Plaza (Major)        |
| Direktur Utama     | Plaza (Minor)        |
| Dir OP Umum        | Koridor I (ex)       |
| Dir OP Keuangan    | Koridor I (in)       |
| Bg. Produksi       | Koridor II (ex)      |
| Bg. Marketing      | Koridor II (in)      |
| Personalia         | Resepsionis          |
| Rg. Tamu           | Lobby                |
| Pantry             | Retail I             |
| Gudang Supermarket | Retail II            |
| Gudang Retail      | Retail III           |
| Gudang Dept Store  | Supermarket          |
| Loading Dock       | Department store     |
| Ruang Kontrol      | Bioskop              |
| Ruang Genset       | Foodcourt            |
| Ruang Pompa Air    | Ruang Tangga Darurat |
| Ruang AHU          | Ruang Lift Penumpang |
| Ruang Server       | Parkir Mobil         |
| Ruang Lift Barang  | Parkir Motor         |
|                    | Smooking Room        |
|                    | Baby Room            |
|                    | Klinik P3K           |
|                    | Mushola              |
|                    | ATM Center           |

**Gambar 3. 15** Hirarki Ruang

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

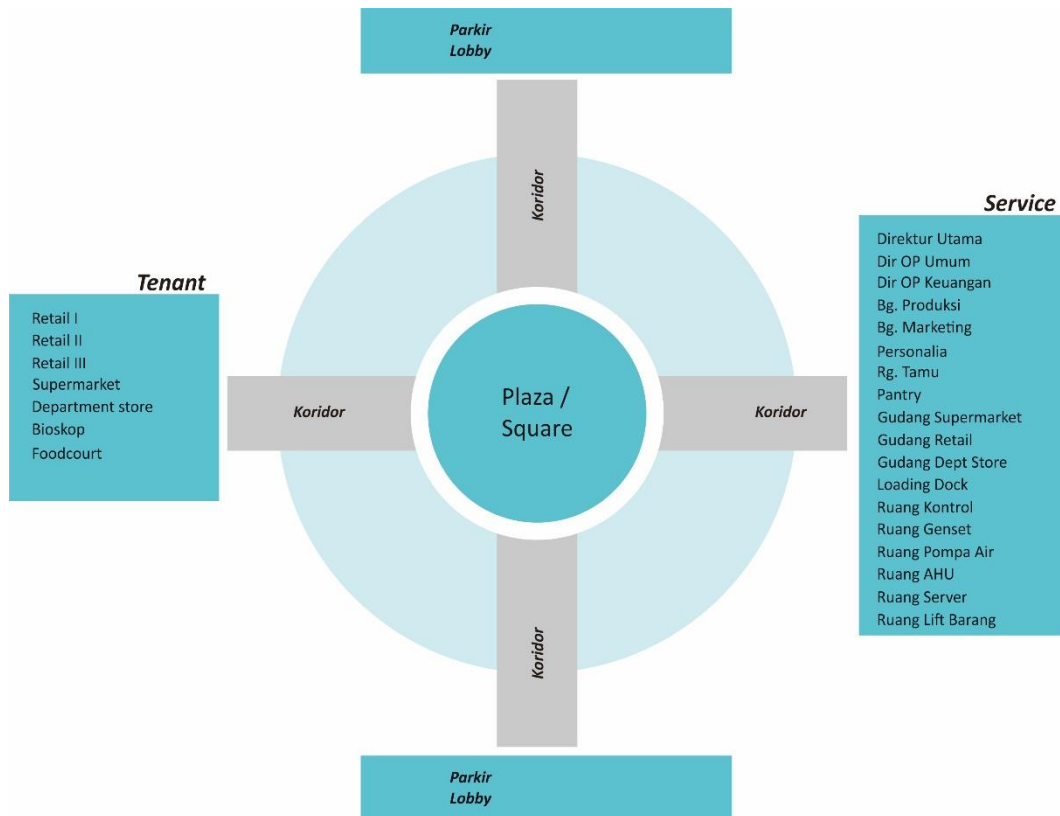
## 3) Matriks Hubungan Ruang



Gambar 3. 16 Matriks Hubungan Kedekatan Ruang

Sumber: Ilustrasi penulis (2017)

#### 4) Organisasi Ruang



**Gambar 3. 17** Organisasi Ruang

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

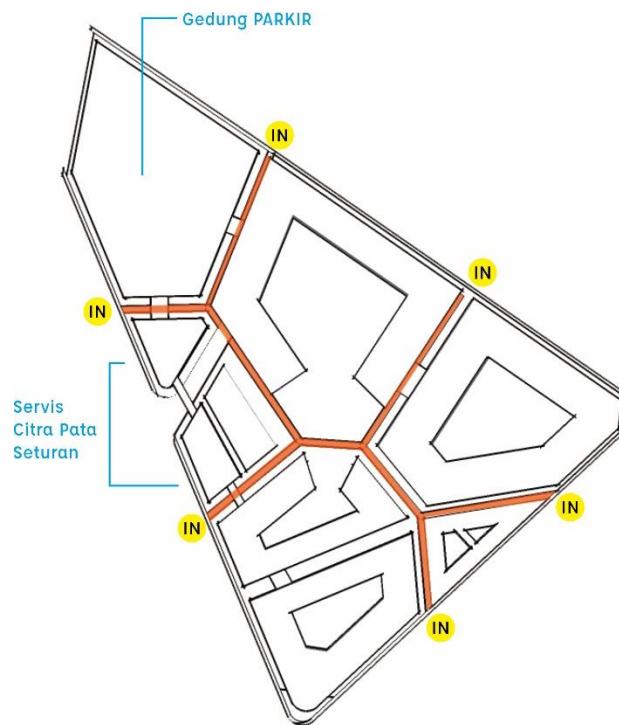
### 3.2 Pemecahan Persoalan Aksesibilitas dan Sirkulasi

#### 3.2.1 Analisis Aksesibilitas dan Sirkulasi Menuju Tapak

Analisis terkait aksesibilitas dan sirkulasi menuju tapak menggunakan pola gubahan masa yang terdapat pada guideline kawasan Citra Pata Seturan. Area peruntukkan pusat perbelanjaan berada tepat di sebelah utara dan berhubungan

langsung dengan jalan selokan mataram. Disekitarnya terdapat gedung parkir dan area servis untuk pengelola kawasan.

Citra Pata Seturan mengusung tema *life between building* sehingga segala aktivitas di kawasan sebisa mungkin tidak bergantung pada kendaraan bermotor. Sehingga pada area pusat perbelanjaan juga disediakan gedung parkir yang nanti pengunjung harus berjalan menyeberangi gedung parkir untuk bisa sampai ke psat perbelanjaan. Hal ini tentunya berbeda dengan pusat perbalanajaan pada umumnya yang menggunakan sistem basement tanpa ada gedung parkir disekitarnya.

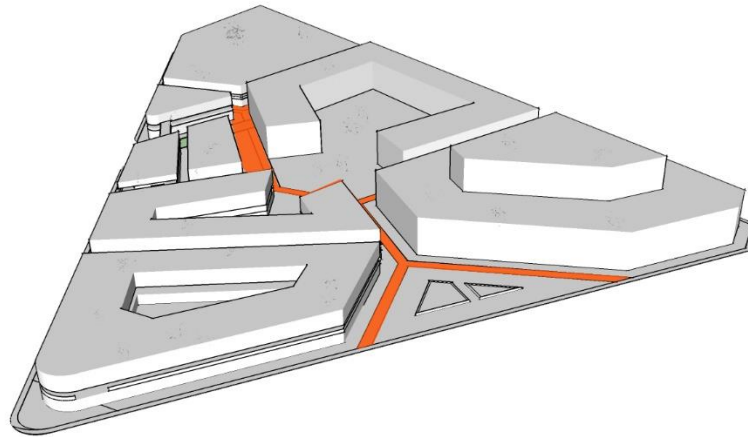


**Gambar 3. 18** Zoning / Peruntukkan Massa

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

Terdapat 5 area pintu masuk sirkulasi yang menghubungkan pusat perbelanjaan, gedung parkir dan area servis. Sehingga untuk bisa menuju pusat perbelanjaan tentu bisa melewati 5 akses tersebut. Pada perancangan ini koridor

yang menghubungkan antar bangunan di area tersebut akan dijadikan sebagai koridor utama untuk akses menuju pusat perbelanjaan. Dimensi dari koridor yang sebelumnya hanya berkisar 4 – 6 meter akan diperlebar sedikit untuk memberikan kenyamanan ruang gerak. Terlepas daripada itu memang sudah sepantasnya untuk dijadikan fokus perancangan karena tema besar pada perancangan ini adalah City Walk, yang mana merupakan koridor yang dikelilingi pertokoan.

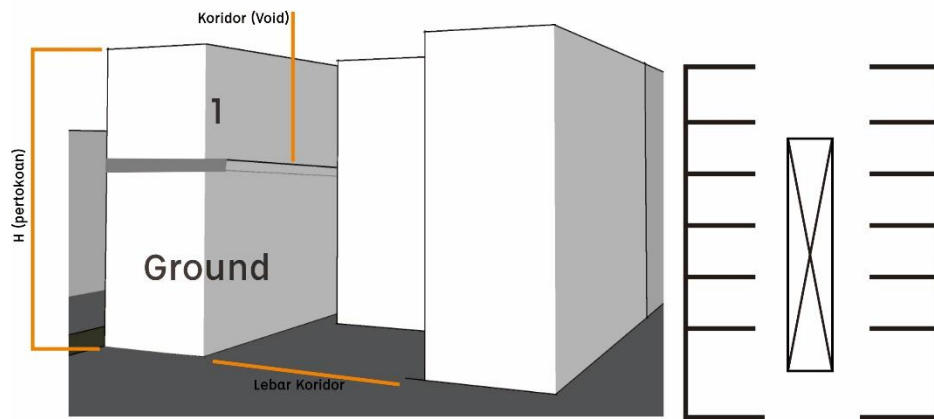


**Gambar 3. 19** Akses pada site

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

### **3.2.2 Analisis Sirkulasi Dalam Bangunan**

Untuk sirkulasi dalam bangunan juga tidak berbeda dengan skema seperti di ruang luar dimana koridor linear organik yang dikelilingi pertokoan. Hanya saja karena keberadaannya di ruang dalam sehingga secara dimensional akan lebih kecil dibandingkan dengan yang ada di ruang luar. Sirkulasi dalam bangunan menggunakan standar yang dikeluarkan oleh Portland Dept of Transportation yaitu minimal koridor 2 – 2,5 meter untuk klasifikasi “through pedestrian zone”.



Gambar 3. 20

Sumber: Ilustrasi penulis (2017)

Koridor tersebut kemudian akan terbagi menjadi 2 sisi yang ukurannya masing – masing disesuaikan dengan standar yaitu 2,5 meter kemudian di tengahnya terdapat void (atrium). Dengan demikian sudah pasti daerah lantai dasar akan berukuran lebih besar dari 5 meter (2 x 2,5 m). Skema ini digunakan untuk mendukung karakter City Walk pada sebuah pusat perbelanjaan.

### 3.2.3 Analisis Kebutuhan Parkir

|       | Jl. Penumpang | Luas (m <sup>2</sup> ) | P x l       |
|-------|---------------|------------------------|-------------|
| Motor | 2             | 12.5                   | 5 m x 2,5 m |
| Mobil | 4             | 1.4                    | 2 m x 0,7 m |
| Bus   | >40           | 36                     | 12 m x 3 m  |

Tabel 3. 6 Analisis Kebutuhan Parkir

Sumber: Ilustrasi penulis (2017)

Seturan Midtown Plaza merupakan pusat perbelanjaan yang tergolong dalam klasifikasi “Community Center” dimana jangkauan pelayanannya bisa sampai 9.000 orang dengan luasan maksimal 30.000 m<sup>2</sup>. Oleh karena itu dibutuhkan juga area parkir yang mampu menaungi kendaraan dengan jumlah maksimal pengunjung yang sama dengan jangkauan pelayanan. Dalam hal ini gedung parkir telah tersedia dengan luasan 12.853 m<sup>2</sup> dan maksimal dibangun 6 lantai. Kemudian untuk pengelola dan penjual diasumsikan sebanyak 1000 orang. Maka perhitungannya;

|                              | Presentase<br>(%) | Jumlah<br>(org) | Kapasitas<br>(org) | Jl<br>Unit |
|------------------------------|-------------------|-----------------|--------------------|------------|
| <b><i>Jalan<br/>Kaki</i></b> | 10                | 1000            | -                  | -          |
| <b><i>Mobil</i></b>          | 35                | 3500            | 4                  | 875        |
| <b><i>Motor</i></b>          | 52,5              | 5250            | 2                  | 2.625      |
| <b><i>Bus</i></b>            | 2,5               | 250             | 40                 | 6          |

**Tabel 3. 7** Analisis Kebutuhan Parkir

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

Perhitungan pada tabel diatas untuk mengetahui total jumlah kendaraan yang akan dibutuhkan area parkirnya. Kemudian dilakukan perhitungan lagi untuk mengetahui besaran area yang dibutuhkan;

|              | Jl Unit | Standar<br>(m <sup>2</sup> ) | Luasan | Total Area (m <sup>2</sup> ) |
|--------------|---------|------------------------------|--------|------------------------------|
| <b>Mobil</b> | 875     | 12,5                         |        | 10.937                       |
| <b>Motor</b> | 2.625   | 1,4                          |        | 3.675                        |
| <b>Bus</b>   | 6       | 36                           |        | 216                          |
|              |         |                              |        | <b>14.828</b>                |

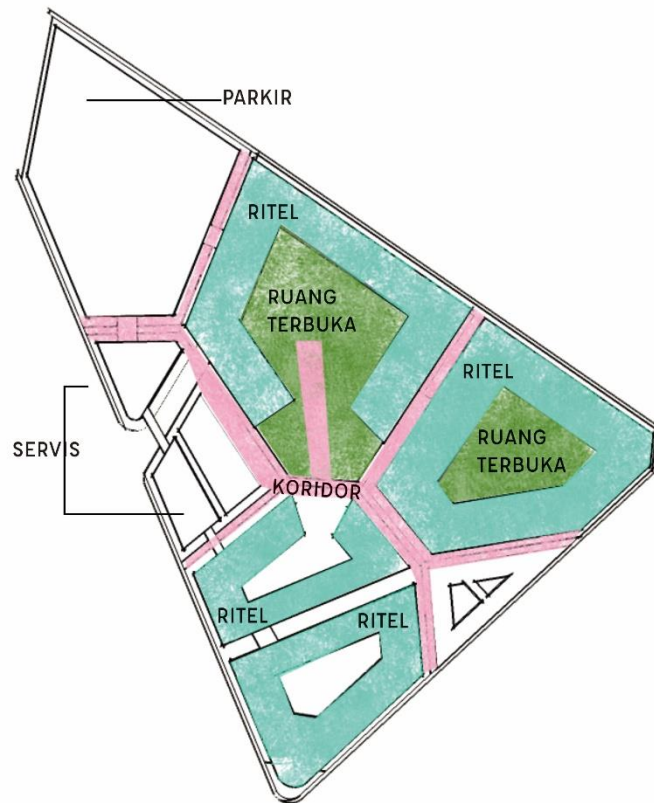
**Tabel 3. 8** Analisis Kebutuhan Parkir

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

Jika luas gedung parkir yang tersedia adalah 12.853 m<sup>2</sup> dan bisa dibangun sampai 3 lantai, berarti total luasannya mencapai 38.559 m<sup>2</sup>. Dengan demikian kebutuhan ruang parkir untuk Seturan Midtown Plaza adalah 14.828 m<sup>2</sup>, sehingga gedung parkir mampu menampung seluruh kebutuhan kendaraan pengguna.

### 3.3 Pemecahan Persoalan Bentuk Massa Bangunan

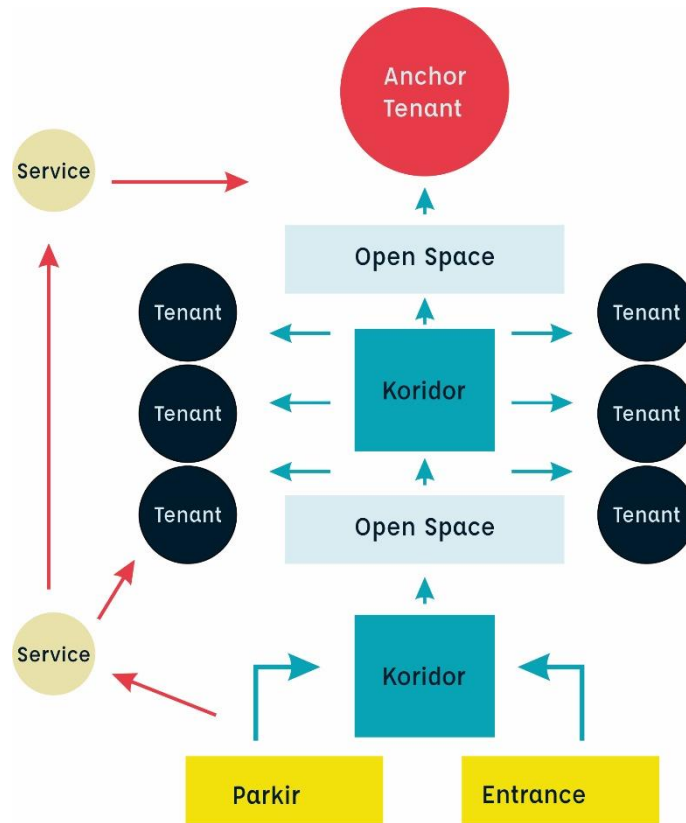
#### 3.3.1 Analisis Zoning Ruang



**Gambar 3. 21** Zoning Ruang

*Sumber: Ilustrasi penulis (2017)*

Zoning pada Seturan Midtown Plaza mengikuti kriteria pada City Walk yaitu; Sirkulasi, ritel dan ruang terbuka. Secara keseluruhan pola perletakan gubahan massa mengikuti rujukan dari guideline kawasan. Dominasi koridor pada ruang luar yang menghubungkan pertokoan dengan pola perletakan yang linear organik sudah sangat mendukung untuk mencapai karakter City Walk.

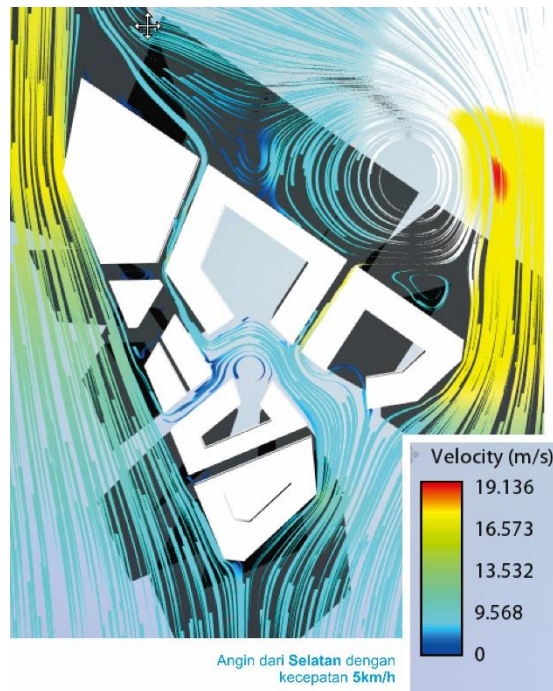


**Gambar 3. 22** Skema Organisasi Ruang

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

### 3.3.2 Konsep Massa Bangunan Berdasarkan Orientasi Arah Angin

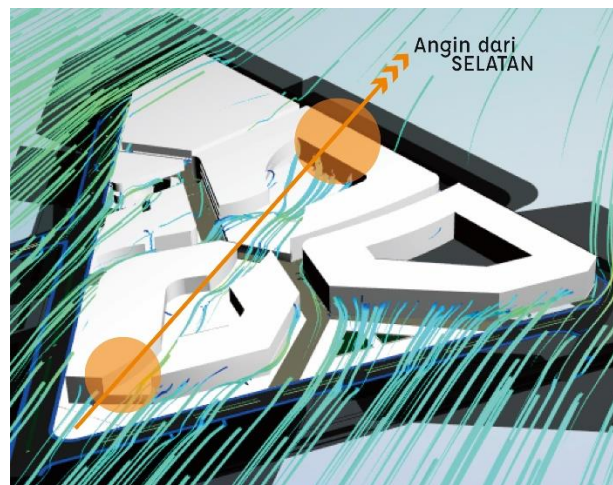
Pada bagian inilah yang menjadi pokok dalam menentukan konsep massa bangunan yang diperoleh berdasarkan analisis mengenai orientasi arah angin. Angin sendiri menjadi elemen kontekstual penting dalam perancangan, selain cahaya matahari. Sebelumnya Pada Bab 2 kajian site telah dibahas bahwa gubahan massa yang terbentuk berdasarkan guideline masih kurang mendukung untuk mewujudkan pencahayaan dan penghawaan alami.



**Gambar 3. 23** Analisis aliran udara

*Sumber: Flow Design (2017)*

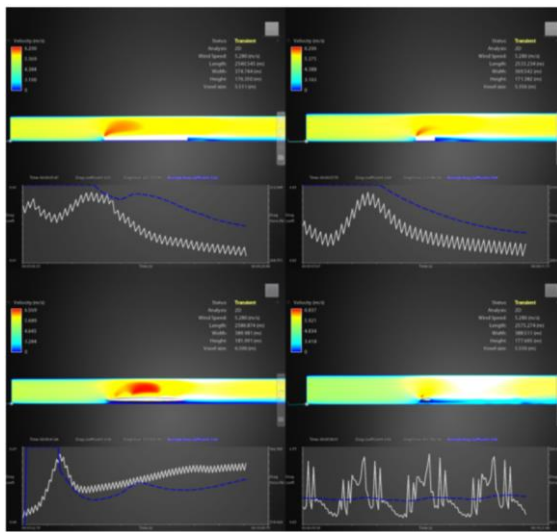
Gambar diatas merupakan simulasi aliran angin terhadap bangunan dengan menggunakan software Autodesk Flow Design. Hasilnya menunjukan masa bangunan paling selatan sangat mampu merespon elemen kontekstual. Sehingga perlu dilakukan perubahan dalam orientasi bangunannya.



**Gambar 3. 24** Analisis aliran udara

*Sumber: Ecotect(2017)*

Setelah dilakukan perubahan dengan merubah orientasi dan membuka atau melepas sisi tengahnya, angin yang datang dari selatan pun akhirnya bisa mengenai seluruh permukaan bangunan. Setelah itu dilakukan lagi simulasi dengan menggunakan software yang sama untuk memperoleh hasil bentukan gubahan masa yang sesuai untuk bisa merespon angin dengan baik. Mengingat koridor juga berfungsi sebagai lorong angin sehingga mendukung skema cross ventilation.



**Gambar 3. 25** Analisis Drag Aerodinamika

*Sumber: Flow Design (2017)*

Pengujian dilakukan dengan membandingkan bentuk elips dan kotak / persegi panjang. Variabel kecepatan angin yang digunakan adalah 5 km/jam (disesuaikan dengan kecepatan angin rata- rata pertahun). Massa persegi panjang mempunyai koefisien rata – rata antara 0,62 – 0,64 , sedangkan massa bangunan elips memiliki koefisien yang lebih tinggi yaitu 0,66 – 0,69 . **Sehingga hasil tersebut merekomendasikan untuk dilakukan perbaikan pada sisi luar bangunan dengan merubah bentuknya menjadi lebih smooth atau menyerupai elips. Hal tersebut dikarenakan bentukan yang smooth atau seperti elips**

**memiliki drag aerodinamis / hidrodinamika yang lebih baik dan direkomendasikan untuk dikembangkan menjadi bentuk luar bangunan.**

### **3.4 Pemecahan Persoalan Pencahayaan Dan Penghawaan Alami Pada Koridor Utama**

Pada perancangan ini fokus utama dalam penerapan pencahayaan dan penghawaan alami adalah pada elemen City Walk itu sendiri seperti koridor dan ruang terbuka. Untuk koridor dibagi menjadi 2 (dua) yaitu koridor luar dan koridor dalam bangunan. Koridor dalam bangunan terdiri dari 3 (tiga koridor) yang merupakan jalur sirkulasi utama secara horizontal dalam bangunan. Kebutuhan untuk menghasilkan suasana yang lahir dari pencahayaan dan penghawaan alami guna mendukung terciptanya suasana ruang perkotaan. Oleh karena itu diperlukan elemen – elemen yang mampu meresponnya

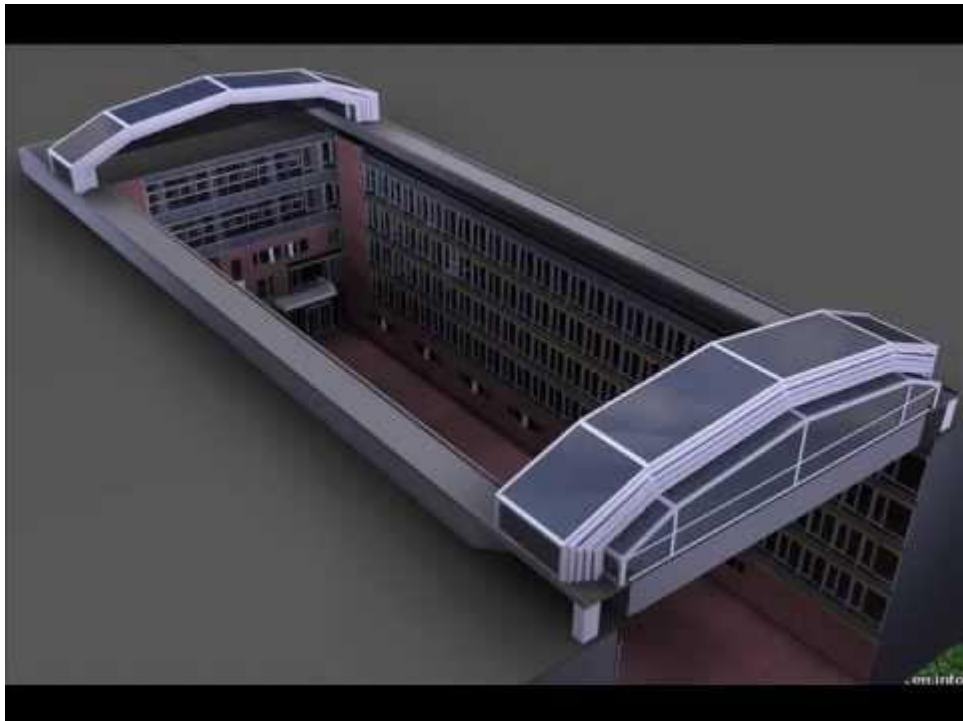
Koridor utama dalam bangunan memiliki dimensi bentangan 12 meter, panjang hampir 80 meter serta ketinggian 12 meter. Untuk mendukung pencahayaan alami pada koridor, pusat perbelanjaan ini memasukkan cahaya dari atas karena secara intensitasnya yang lebih tinggi dibandingkan cahaya dari samping. Cahaya yang masuk melalui bagian atas merupakan kombinasi cahaya matahari dan cahaya pantulan langit. Cara memasukkan cahaya alami dari bagian atas yang sering dilakukan adalah dengan menggunakan skylight. Dalam konteks memasukkan cahaya alami dari bagian atas, skylight merupakan jalan cahaya yang disediakan melalui bagian atas bangunan dengan menggunakan bidang transparan, baik berupa kaca, plastik, polikarbonat, maupun bidang transparan lainnya



**Gambar 3. 26 Metal – Glass Skylight**

Sumber : Yting (2018)

Seperti skylight pada umumnya namun pada bangunan ini hendak menggunakan skylight dengan metode penerapan termutakhir, yaitu retractable skylight. Perbedaan dengan jenis lainnya adalah retractable skylight bisa membuka tutup sendiri permukaannya (motorize). Harapannya adakah bisa memasukkan pantulan cahaya dari atas dengan maksimal.



**Gambar 3. 27** Retractable Skylight

Sumber : Yting (2018)

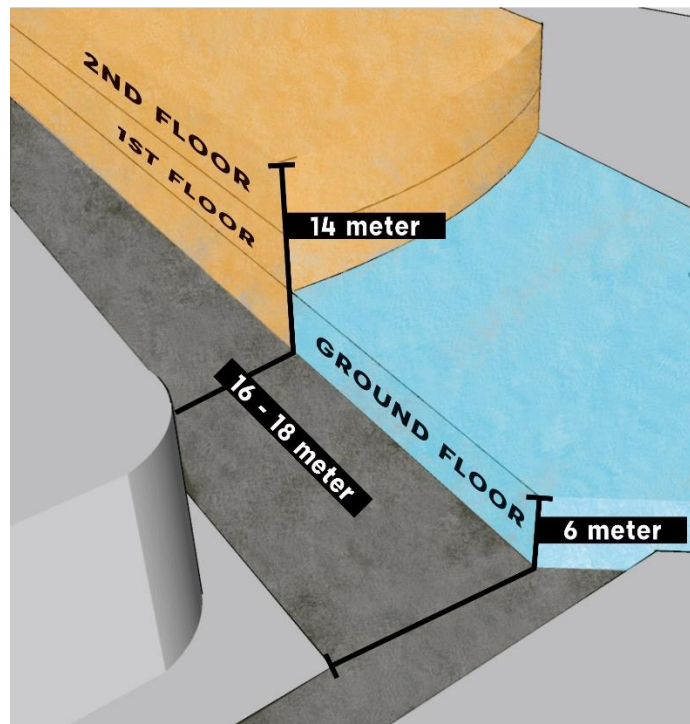
Masih pada bagian koridor dalam bangunan, untuk mendukung sistem penghawaan alami maka digunakan roaster (lubang angin) pada ruang antara struktur skylight dan plat lantai paling atas. Skema ini (roaster) sebenarnya lebih pada kondisi ketika skylight itu tertutup. Namun jika terbuka, maka kebutuhan penghawaan alami pun seakan tertuntaskan.

Sedangkan plaza terletak pada bagian tengah, atau titik dimana dua jalur bertemu. Perbedaannya adalah pada plaza ini memang sengaja dibiarkan terbuka dan siap menerima intervensi dari lingkungan seperti hujan, angin, dan bahkan debu.

### 3.5 Pemecahan Persoalan Skala dan Proporsi City Walk

#### 3.5.1 Ruang Luar

Berdasarkan arah perancangan pada sub – bab 2.3.3 , ditentukan bahwa skala yang digunakan untuk mencapai karakter City Walk adalah skala yang tidak proporsi ( $1 : 1$  atau  $D / H = 1$ ), karena untuk memperoleh karakter City Walk pada sebuah pusat perbelanjaan haruslah memiliki perbandingan antara tinggi dan lebar yang rasionya lebih dari 1 sehingga berkesan melindungi seperti yang dirasakan ketika berada di koridor perkotaan yang dikelilingi bangunan.



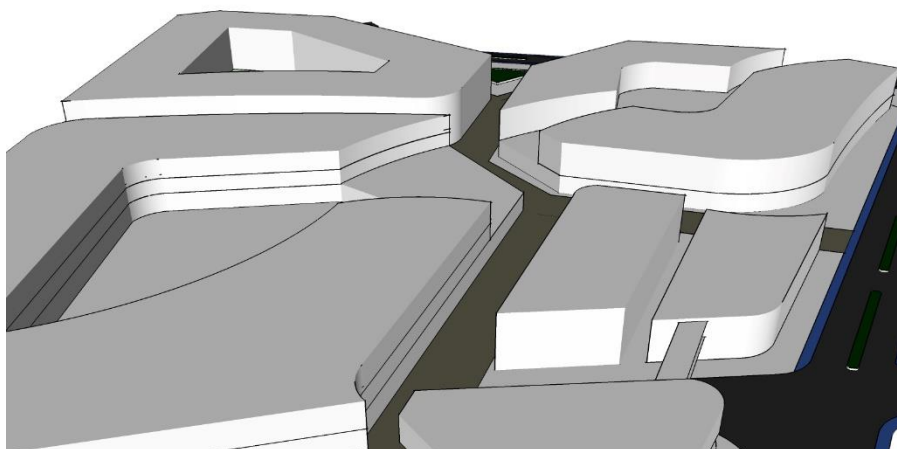
**Gambar 3. 28** Skema perbandingan rasio  $D/H > 1$

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Pada gambar diatas bisa dilihat penerapan skala dengan rasio  $1 > 2$  (lebih dari 1), dimana tinggi bangunan 5 meter dan lebar koridor 10 meter. Akan tetapi skema tersebut hanya berlaku untuk bangunan atau pertokoan yang hanya memiliki 1 lantai (*ground floor*). Sedangkan sebuah pusat perbelanjaan yang menjunjung tinggi efisiensi ruang tentu sangat tidak mungkin jika hanya terdiri 1 lantai saja. Terlebih dari itu peraturan pada perencanaan pengembangan Citra Pata Seturan menyebutkan bahwa area terbangun untuk pusat perbelanjaan ini bisa didirikan sampai 3 lantai.

Jika secara vertikal pertokoan bisa didirikan sampai 3 lantai dengan tinggi keseluruhan 14 meter maka lebar koridor yang akan didapat jika merujuk pada rasio perbandingan  $1 > 2$  adalah antara 15 - 23 meter. Dimensi tersebut tentu sangat besar jumlahnya mengingat site perancangan juga terbatas, sehingga diputuskan untuk menggunakan skema pertokoan yang hanya terdiri dari 2 lantai dan berada pas di ruas koridor utama. Namun terdapat juga beberapa bagian yang sekalipun hanya terdiri dari 2 lantai tetapi memiliki dimensi tinggi yang lebih besar dibanding lainnya. Seperti contoh department store dan bioskop memiliki tinggi yang lebih dari 4 meter karena pertimbangan fungsi dari ruang – ruang tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Seturan Midtown Plaza menerapkan rasio perbandingan antara lebar koridor (D) dan tinggi pertokoan (H) yaitu;

$$D / H = 1$$



**Gambar 3. 29** Penerapan Rasio  $1 > 2$ 

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

**3.5.2 Ruang Dalam**

Jika ingin selaras dengan ruang luar, tentu ruang dalam akan menerapkan rasio perbandingan antara tinggi pertokoan dan lebar koridor yaitu  $D / H = 1 > 2$ . Namun ternyata seriring perjalanan pada proses perancangan, rasio tersebut tentu sangat tidak efektif untuk diterapkan pada ruang dalam sebuah pusat perbelanjaan. Sebagai contoh, tinggi pertokoan 12 meter akan memiliki lebar koridor yang berkisar antara 12 – 24 meter jika menerapkan rasio  $1 > 2$ .

Oleh karena itu, fokus dalam menghadirkan suasana City Walk atau layaknya perkotaan pada ruang dalam sebuah pusat perbelanjaan adalah dengan menerapkan rekayasa visual yang lahir dari orientasi yang proporsional. Pada bab ... telah dijelaskan bahwa sudut pandang 40o mampu menghadirkan sebuah persepsi visual yang dikehendaki. Dalam hal ini adalah ruang dalam pusat perbelanjaan yang tetap efektif namun secara visual mampu memberi pengalaman ruang seperti di koridor perkotaan.

**3.6 Pemecahan Permasalahan Komersialisasi Pusat Perbelanjaan**

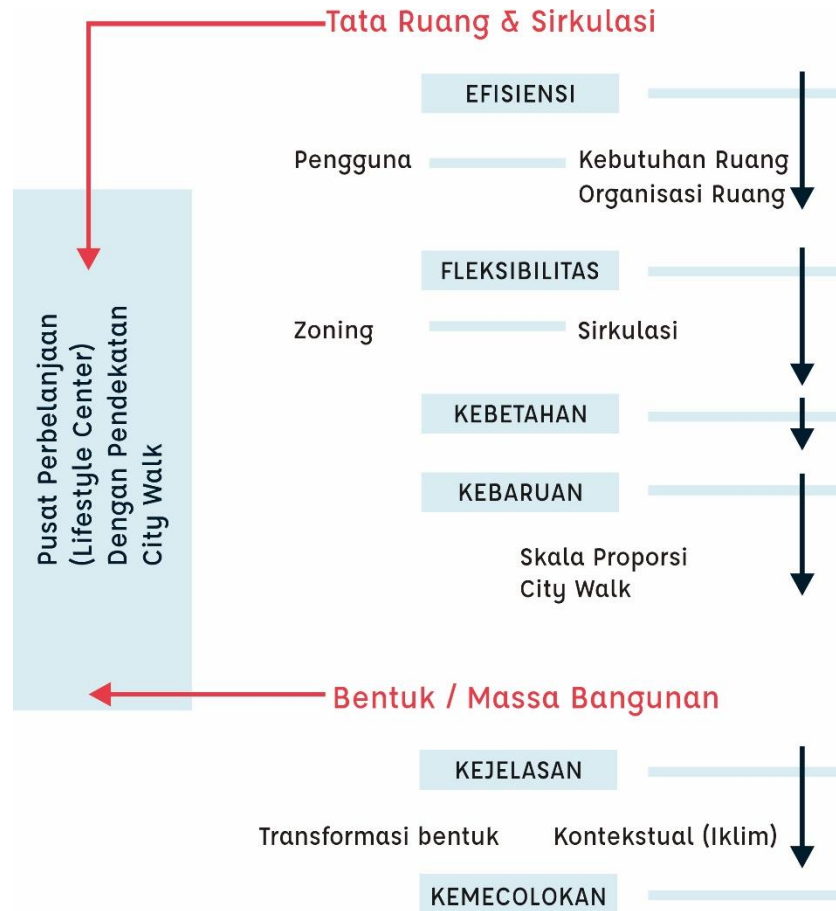
Seperti yang telah dijelaskan pada Sub Bab 2.2.10 tentang ciri dan sasaran bangunan komersial, maka perancangan Seturan Midtown Plaza sebagai pusat perbelanjaan dengan pendekatan City Walk tentu mempertimbangkan aspek komersialisasi pada bangunan yang berpengaruh pada pola keruangan dan bentuk dari bangunan.



**Gambar 3. 30** Skema Komersialisasi Pusat Perbelanjaan

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Sasaran bangunan komersial meliputi kejelasan, kemencolokan, fleksibilitas, kebetahan serta kebaruan. Hematnya, untuk mencapai kebaruan dalam sebuah bangunan komersial tentu haruslah lahir dari aspek pendukung seperti kejelasan dan kemecolokan yang berujung pada bentukan atau masa bangunan. Sedangkan Fleksibilitas, efisiensi serta kebetahan berkaitan dengan tata ruang dalam bangunan.



**Gambar 3. 31** Skema penerapan aspek komersialisasi

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Kemudian setelah memperoleh program ruang berserta properti size skematik yang telah dijelaskan pada Sub Bab 3.1, dilakukan perhitungan yang nantinya akan memperoleh presentase penggunaan ruang yang dilihat dari besarnya pemanfaatan ruang untuk komersialisasi. Selengkapnya dijelaskan pada ilustrasi dibawah ini

### Arahan Pengembangan Kawasan CITRA PATA SETURAN

Shopping Center = 34,781.4 m<sup>2</sup>

Parkir = 12,853 m<sup>2</sup>

Courtyard = 5,159 m<sup>2</sup>

Total = 52,793 m<sup>2</sup>

KDB = 90 m<sup>2</sup>

Total = 47,514 m<sup>2</sup>

KLB : 3

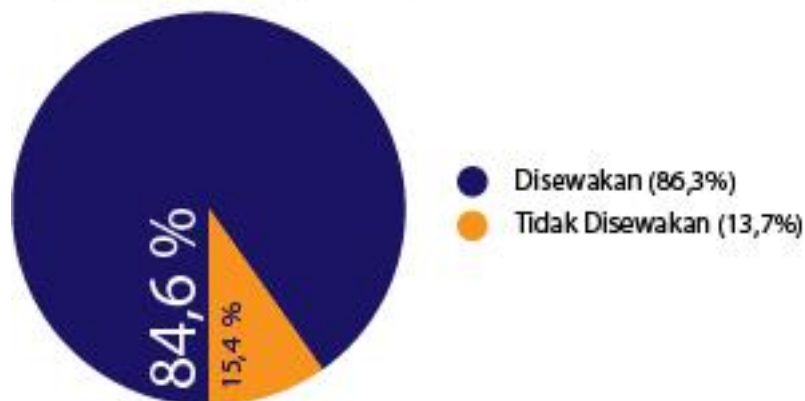
### SETURAN MIDTOWN PLAZA

Disewakan : Retail, Corridor Inside (20%), Plaza

35,975 (R) + 78,4 (CI) + 10,000 (P) = 46,053

Tidak Disewakan : Corridor Inside (80%), Corridor Outside, Service

313,6 (CI) + 1,300 + 6,755 = 8,368 m<sup>2</sup>



Gambar 3. 32 Presentasi komersialisasi ruang

Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)

## BAB IV

### KONSEP PERANCANGAN

Bab 4 ini merupakan hasil dari analisis pada bab 3 dan kesimpulan perkara desain yang telah dikaji pada bab 2 untuk dijadikan konsep rancangan dalam format *draft* atau gambar skematik. Didalam bab ini terdapat beberapa bagian terkait dengan perkara perancangan, yaitu bentuk dan tata ruang yang nantinya diimplementasikan kedalam rancangan Seturan Midtown Plaza .

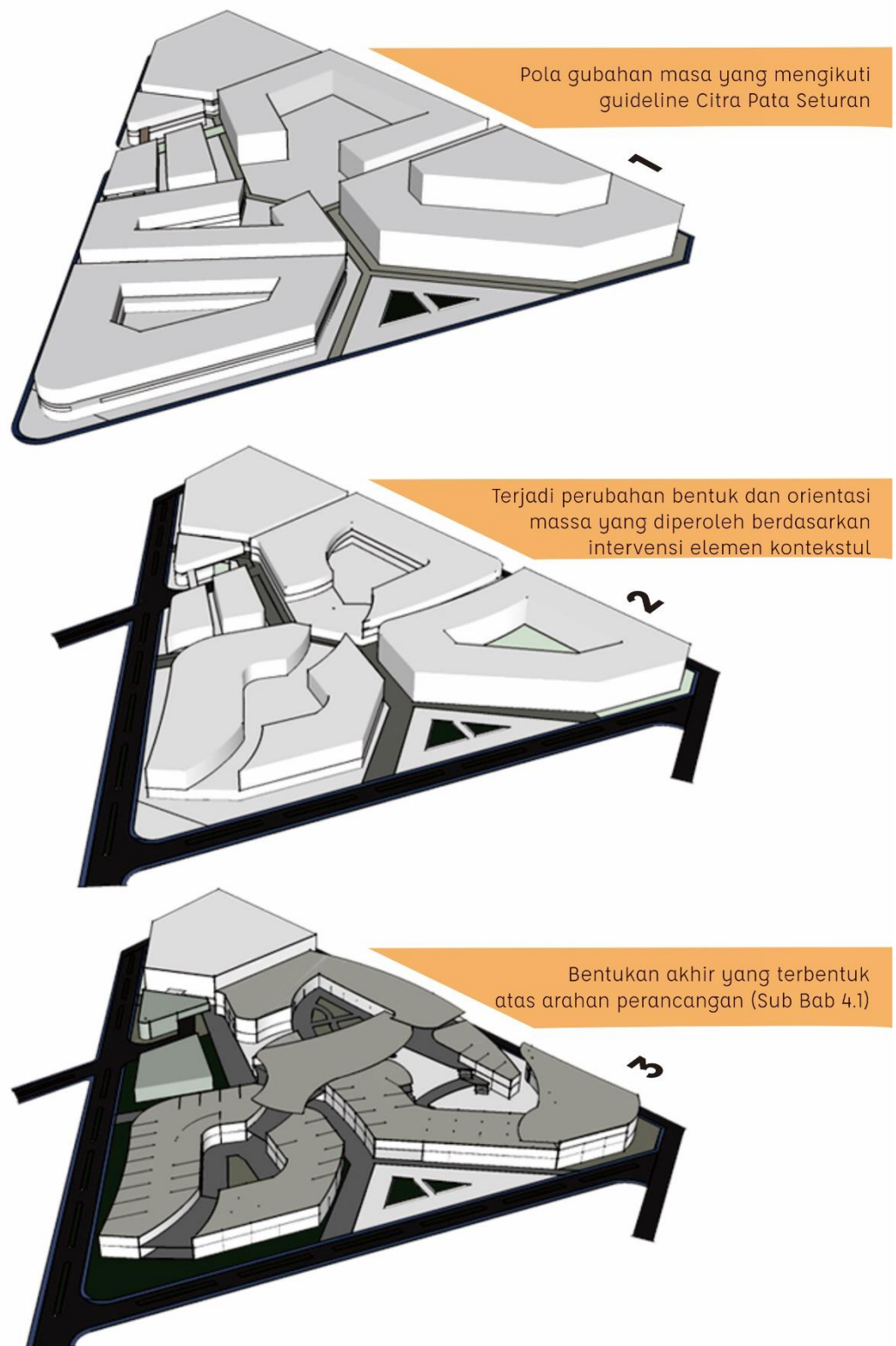
#### 4.1 Konsep Bentuk dan Massa Bangunan

Konsep bentuk dan massa ini berdasarkan analisis bab 3 tentang intervensi elemen kontekstual seperti angin dan cahaya matahari serta geometri lingkungan terhadap orientasi bangunan. Analisis tersebut juga sebagai proses untuk mencapai tujuan akhir dimana sebuah pusat perbelanjaan mampu bernuansa City Walk. Berdasarkan analisis sebelumnya yang terdapat pada bab 3, didapatkan kriteria untuk menjawab perkara desain tentang orientasi bentuk bangunan antara lain;

- Massa Bangunan mengikuti pola perletakan gubahan yang terdapat pada guideline kawasan Citra Pata Seturan, namun terdapat beberapa perubahan. Keseluruhan pola gubahan massa berbentuk linear organik
- Pada massa bagian selatan terjadi perubahan dengan merubah orientasi dan menghilangkan bagian tengahnya guna mengalirkan udara ke seluruh permukaan site
- Elemen utama dalam perancangan pusat perbelanjaan ini adalah Retail, Koridor, dan Open Space.
- Koridor dan retail akan membentuk ruang secara vertikal dan horizontal yang menjadi tolak ukur tercapainya nuansa City Walk pada ruang dalam. Orientasi visual dari sudut pancang 40o akan menghasilkan presepsi visual akan sebuah ruang perkotaan yang tanpa batas.
- Sedangkan untuk ruang luar, penerapan rasio  $D/H = 1 > 2$  akan mendukung proporsi ruang perkotaan.

Berdasarkan arahan perkara perancangan diatas, maka konsep bentuk dan massa bangunan untuk rancangan Seturan Market adalah sebagai berikut:

- Karena perancangan menitikberatkan pada karakter City Walk maka skala – proporsi yang digunakan adalah skala – proporsi ruang perkotaan sehingga untuk ruang luar menggunakan rasio  $D / H = 1 > 2$  sedangkan ruang dalam menerapkan proporsi sudut pandang 40o.
- Koridor ruang luar akan diselaraskan dengan tema citra kawasan (district) pertokoan, sehingga membutuhkan tambahan kanopi berupa awning untuk kenyamanan para pengunjung
- Entrance pada bagian pusat perbelanjaan tidak terkesan menonjol atau kontras dengan yang di sekitarnya, karena menyesuaikan dengan tema citra kawasan itu sendiri. Adapun fasad pada pusat perbelanjaan ini menggunakan tema pertokoan (district), seperti di negeri eropa. Entrance diibaratkan seperti lorong yang terdapat diantara retail (toko).

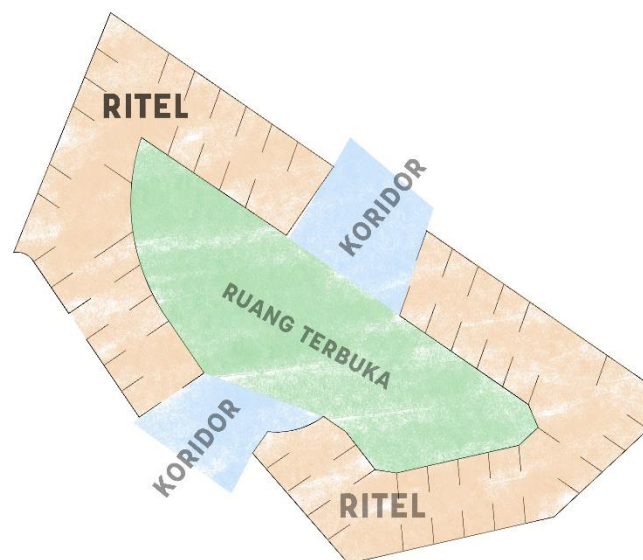


**Gambar 4. 1** Transformasi Gubahan Masa

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

#### 4.2 Konsep Tata Ruang dan Sirkulasi

Dalam menentukan layout ruang, maka perlu mempertimbangkan analisis sifat ruang, pola pergerakan pengguna serta organisasi ruang. Zoning pada Seturan Market mengikuti kriteria elemen dari City Walk yaitu; Sirkulasi, ritel dan ruang terbuka. Secara keseluruhan pola perletakan gubahan massa mengikuti rujukan dari guideline kawasan yang kemudian telah dibentuk kembali berdasarkan arahan perancangan.



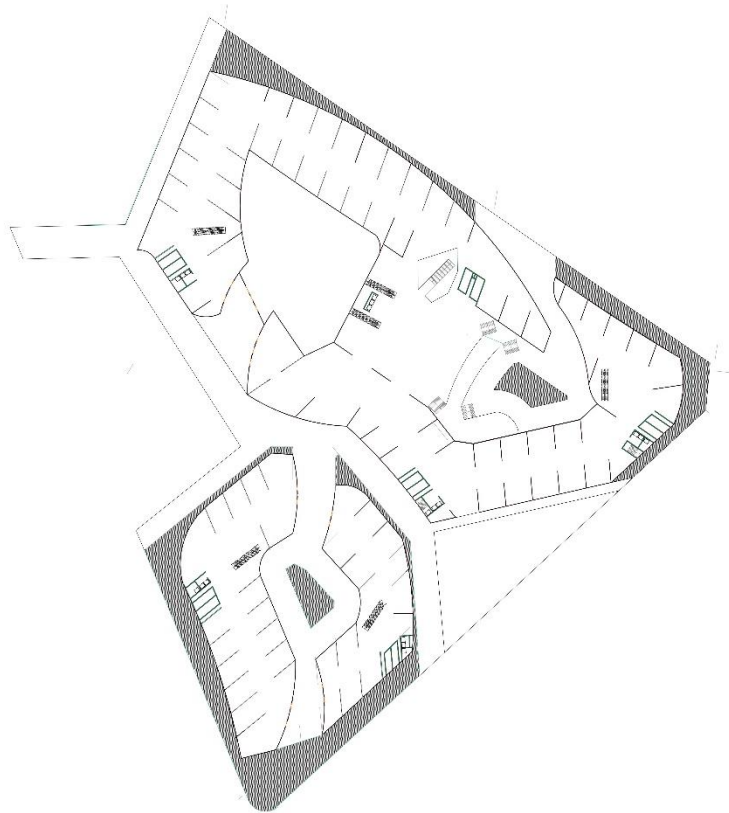
**Gambar 4. 2** Elemen City Walk Pada Site

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Seturan Midtown Plaza sangat dekat dengan konsepsi City Walk dimana koridor yang berada di tengah pertokoan dan umumnya berbentuk linear. Hanya dalam penerapan di Seturan Midtown Plaza bentuk susunan pertokoan dengan koridor adalah linear organik; dimana banyak terdapat ruang memanjang yang memiliki jalur tidak sederhana (misalnya: memiliki

sudut pada setiap jarak tertentu) terbentuk karena menyesuaikan geometri yang telah ada.

Secara tipologi menurut Rubeinstein, Seturan midtown plaza termasuk pusat perbelanjaan terpadu yang mengintegrasikan ruang terbuka dan ruang tertutup. Koridor mengelilingi pertokoan dan disetiap persimpangannya terdapat ruang terbuka atau ruang publik yang bisa digunakan untuk beragam aktivitas.

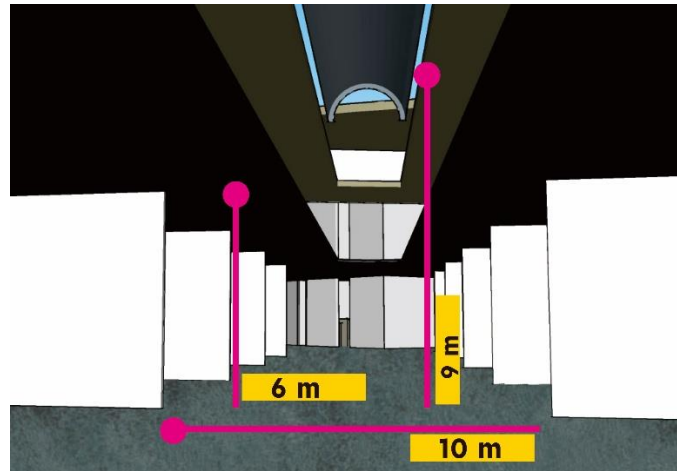


**Gambar 4. 3** Denah Ground

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Gambar diatas merupakan denah lantai dasar skematik yang tersusun menyesuaikan bentukan geometri massa bangunan yang menerapkan elemen (karakter) City Walk. Untuk mendukung karakter tersebut, terdapat void atau atrium pada koridor memanjang. Ada yang 2 lantai bahkan ada juga yang sampai 3

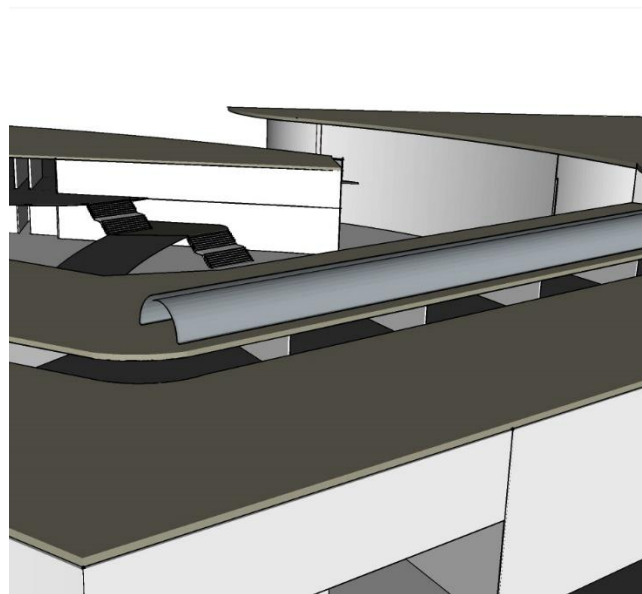
lantai tergantung penyesuaian terhadap pola gubahan massa. Rasio perbandingan  $D / H = 2$  telah di terapkan pada ruang dalam seperti void tersebut.



**Gambar 4. 4** Rasio Perbandingan  $D / H = 1 > 2$

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Diatas dari void tersebut menggunakan skylight sehingga memberikan kesan langit tanpa batas. Hal ini tentu didasari dari pertimbangan sudut pandang manusia  $270^\circ$  yang sama atau setara dengan  $D / H = 1 > 2$ .

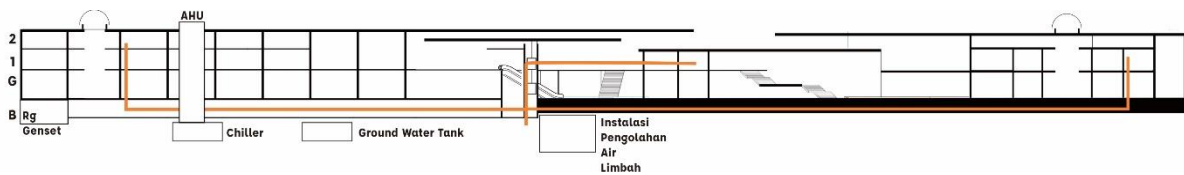


**Gambar 4. 5** Rasio Perbandingan D / H = 1 > 2*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Kemudian struktur pada bangunan ini menggunakan sistem rangka yang berpola ( Frame / Grid Plan ) yang menggunakan material kombinasi beton bertulang dan baja. Pada beberapa bagian terdapat core yang selain berfungsi secara struktural juga sebagai pelindung elemen mekanikal. Di dalam core terdapat toilet, ruang menyusui, tangga darurat, lift penumpang serta lift barang. Perletakkannya disesuaikan sehingga mampu menjangkau segala sudut bangunan. Total untuk satu lantai pada Seturan midtown Plaza terdapat 6 core yang semuanya juga disertai dengan elemen mekanikal didalamnya.

**Gambar 4. 6** Skema sistem struktur pada bangunan*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

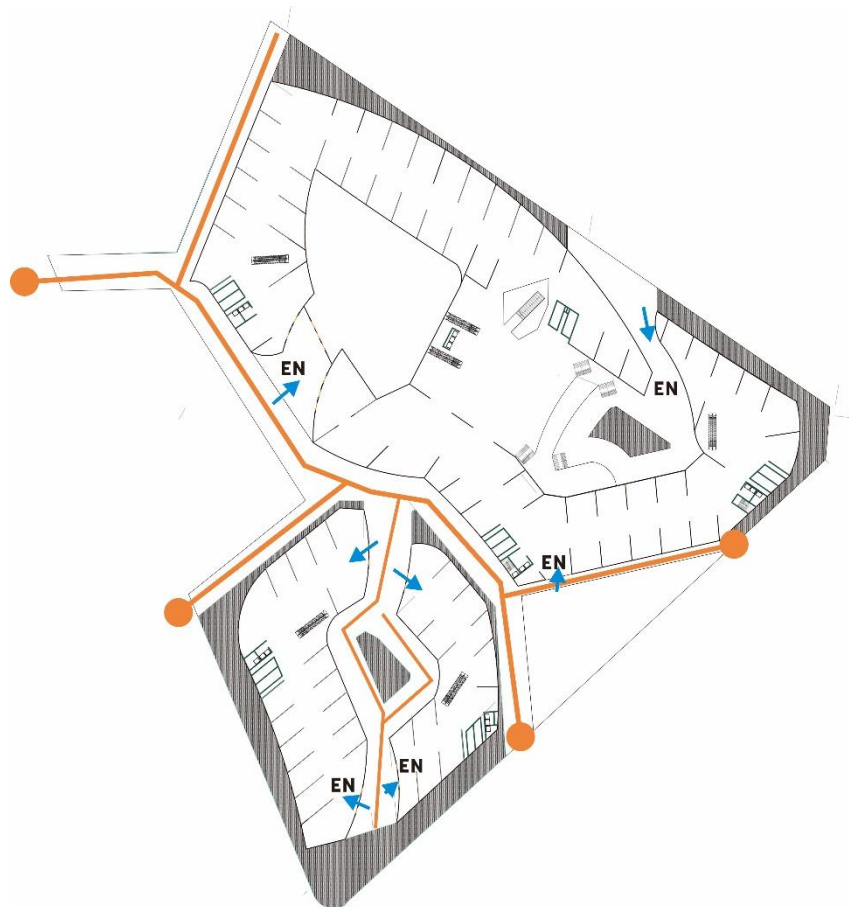
Secara struktural core berfungsi sebagai inti bangunan atau pemikul beban utama sehingga sistem yang digunakan bisa stabil, namun juga sebagai pelindung elemen mekanikal didalamnya. Selain itu skema ini juga memudahkan untuk persoalan utilitas seperti air bersih, air kotor, dan pembuangannya.



**Gambar 4. 7** Skema Utilitas Bangunan

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Adapun sirkulasi pada site mengikuti akses yang telah ditetapkan pada guideline perancangan kawasan Citra Pata Seturan dan kemudian dikembangkan. Terdapat 5 akses menuju site dari jalan. Koridor tersebut kemudian dijadikan



koridor utama yang mana sangat berkarakter City Walk, mulai dari perletakannya yang dikelilingi pertokoan serta penggunaan rasio  $D / H = 1 > 2$ .

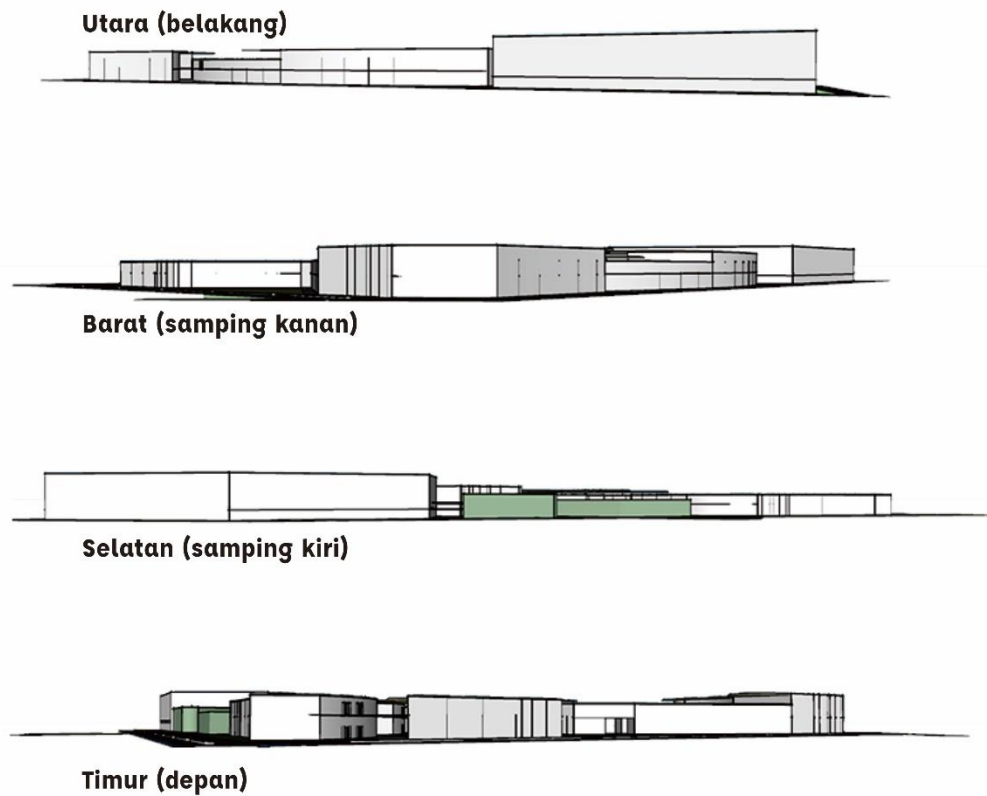
**Gambar 4. 8** Skema Sirkulasi

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*



**Gambar 4. 9** Site Plan Citra Pata Seturan

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*



**Gambar 4. 10** Tampak Bangunan

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

( BATASAN - TAHAP - KOMPREHENSIF )

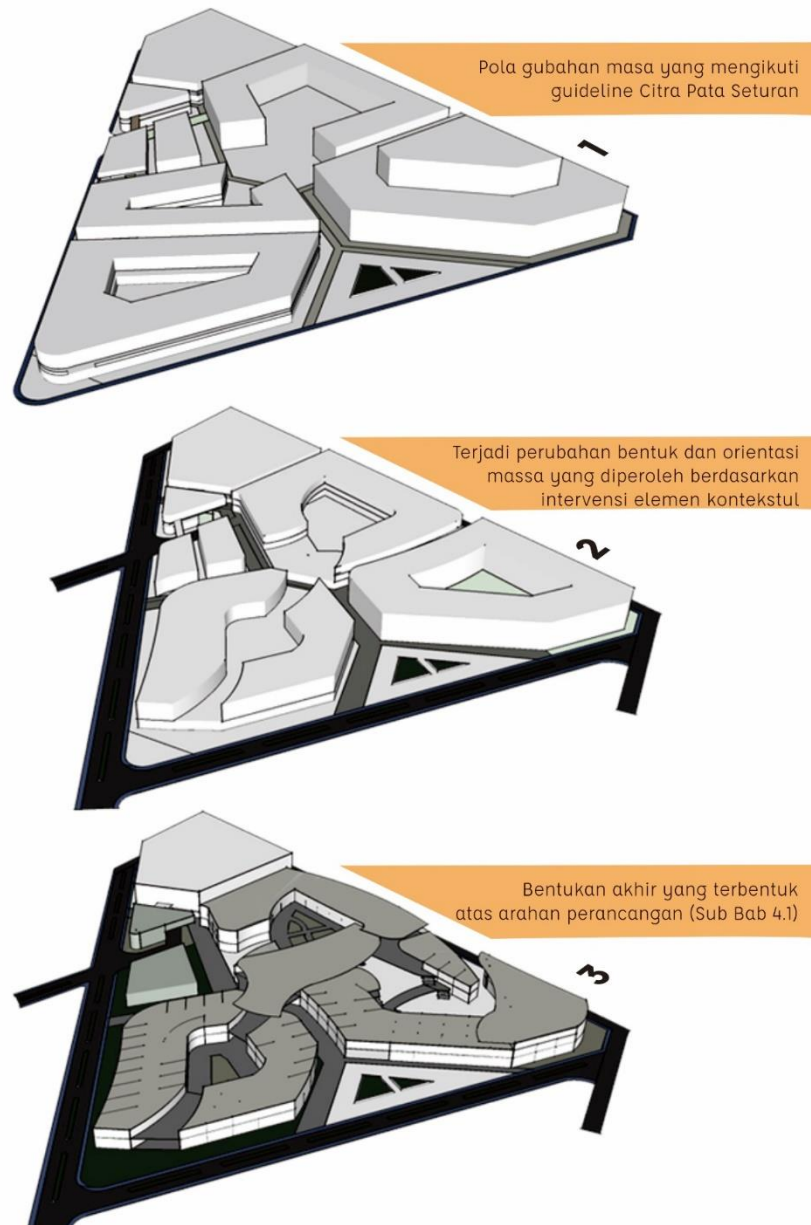
***Uraian di atas merupakan kajian skematik (tahap komprehensif) konsep tata ruang dan sirkulasi, yang kemudian terdapat perubahan seiring perjalanan pada proses perancangan.*** Adapaun perubahan-perubahan yang dimaksud lebih pada interpretasi terhadap konsep rancangan, selanjutnya akan dijelaskan berikut ini;

- Pola linear organik masih dipertahankan namun bentuknya tidak lagi seperti rancangan skematik sebelumnya, dan yang menjadi alasan utama adalah efektivitas ruang. Gubahan memanjang (liner) yang beragam akan disederhanakan lagi menjadi 2 (dua) bentuk gubahan liner yang dipertemukan pada satu titik simpul. Titik simpul tersebut akan menjadi ruang terbuka (open space). Ke-2 (dua) gubahan tersebut masing-masing memiliki koridor yang bernuansa City Walk melalui proporsi keruangan yang lahir dari pertimbangan sudut pandang 40°.
- Titik simpul antara 2 (dua) gubahan akan berfungsi sebagai open space. Keberadannya yang terbuka tentu sedikit beresiko karena intervensi kontekstual seperti hujan dan debu, oleh karenanya terdapat penambahan elemen arsitektural seperti floor drain pada lantai open space untuk kebutuhan ketika hujan dan tumbuhan herera (pergola) pada dinding void untuk mereduksi debu.
- Koridor ruang dalam akan menggunakan skylight yang berbentuk melengkung untuk menjawab kebutuhan pencahayaan dan penghawaan alami pada koridor itu sendiri. Untuk pencahayaan, material skylight menggunakan kaca sehingga bisa memasukkan cahaya ke dalam koridor. Kemudian skylight tersebut sedikit dinaikkan (leveling) dan diberi roaster (lubang angin) dibawahnya untuk memasukkan angin ke dalam koridor. Penggunaan.
- Open Space terletak pada titik pertemuan antara 2 (dua) koridor yang linear, dan tidak diberi penutup (naungan). Harapannya agar suasana ruang luar bisa benar- benar dirasakan seiring dengan rekayasa skala serta proporsi pada koridor yang mempengaruhi persepsi.
- Gedung parkir berada pada sisi barat namun tetap menjadi bagian yang tidak terpisahkan secara struktural. Keberadaannya didasari atas arahan pengembangan perencanaan kawasan Citra Pata Seturan.

### 4.3 Perbandingan Alternatif Perancangan

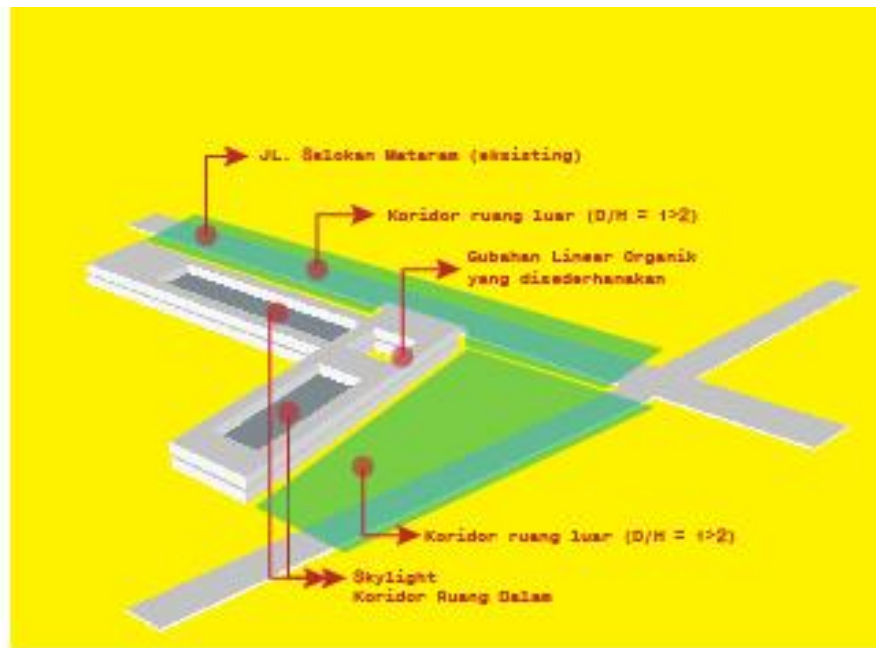
Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, terjadinya ada perubahan seiring dengan perjalanan pada proses perancangan. Adapun perbandingan ke 2 (dua) alternatif tersebut akan dikonversikan ke dalam masing-masing elemen perancangan.

#### 2.3.1 Gubahan Massa



Gambar 4. 11 Alternatif Gubahan Massa Sebelum

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*



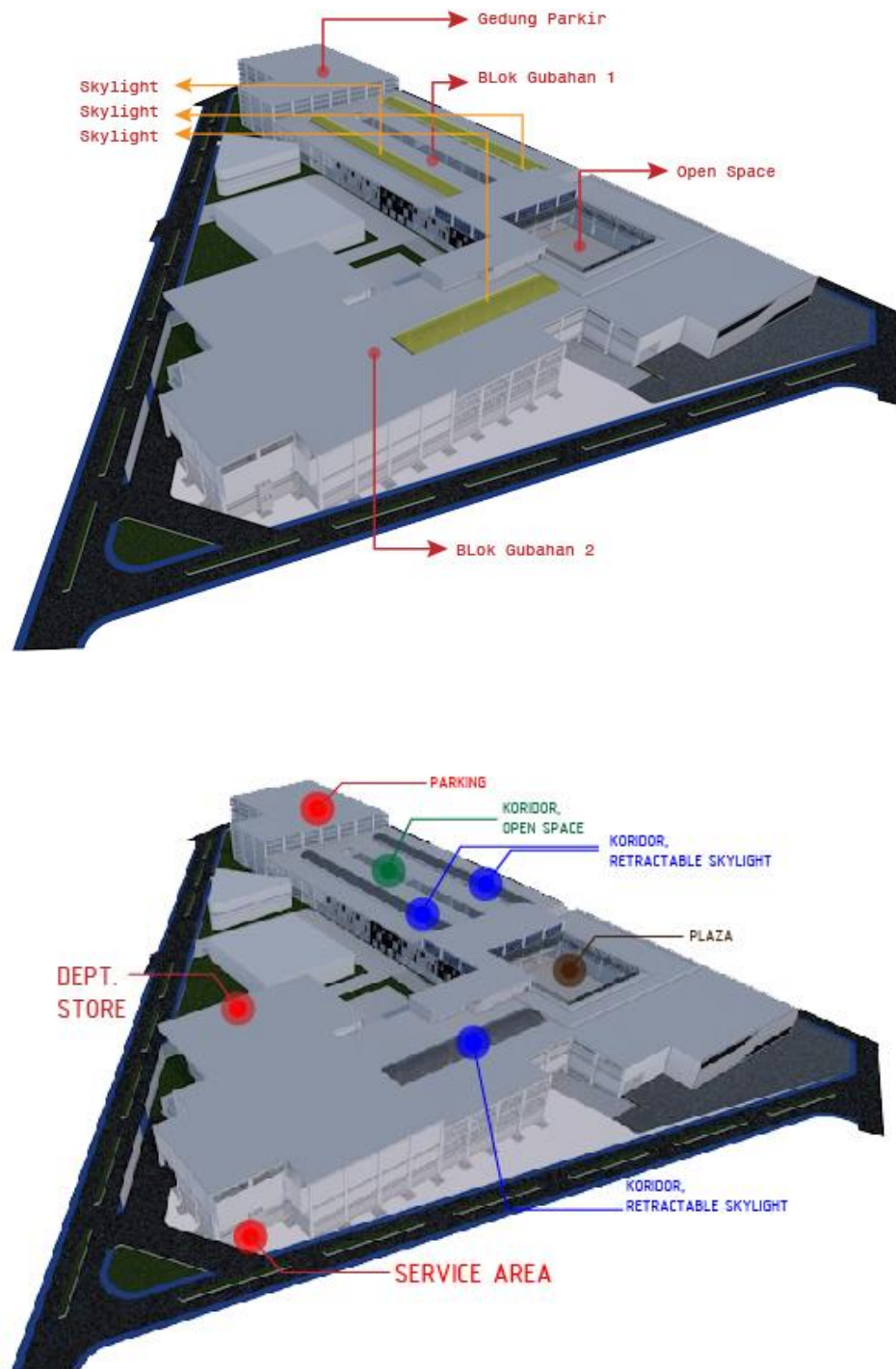
**Gambar 4. 12** Alternatif Gubahan Massa Sesudah

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Terlihat perbedaan komposisi dari ke-2 (dua) alternatif yang ditawarkan, alternatif pertama tidak ditindaklanjuti karena pertimbangan efektifitas ruang. Begitu juga jarak antar massa serta koridor yang tidak terlalu memberi kesan ruang perkotaan. Sedangkan alternatif terakhir lebih efektif dan bisa melahirkan persepsi akan sebuah ruang perkotaan kepada pengunjung.

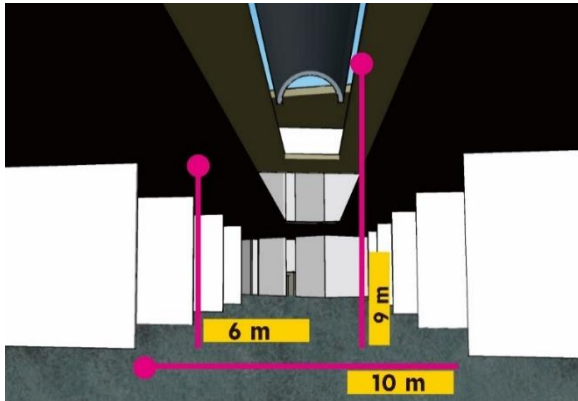
Begitu juga dengan service area yang diletakkan di sisi belakang dan berkesan disembunyikan agar supaya tidak mengganggu kenyamanan pengunjung. Elemen sanitasi – drainase juga dirancang agar bisa menjalankan fungsi sebagaimana mestinya, dan tentu mencoba untuk meminimalisir kesalahan yang bersifat teknis. Shaft diletakkan di setiap titik dan berskema up-down, service area pada bagian belakang yang dimaksud merupakan tempat dimana semua kebutuhan

teknis berada sehingga penetapannya juga melalui pertimbangan. Lebih jelas lagi, akan terdapat skema terkait pada bab berikutnya.

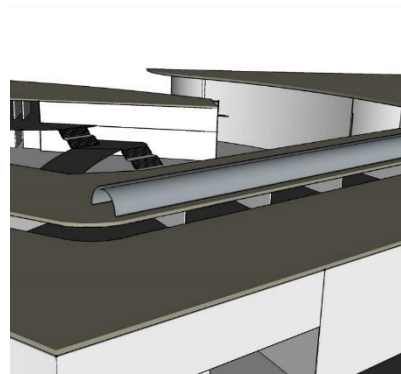


Gambar 4. 13 Penjelasan detail gubahan massa

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*



### 2.3.2 Koridor City Walk

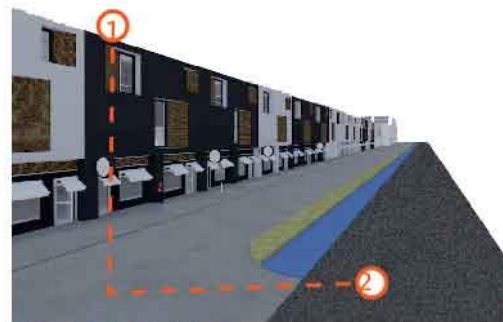


**Gambar 4. 14** Koridor Ruang Dalam dan Ruang Luar Sebelum

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*



KORIDOR DALAM



KORIDOR LUAR

**Gambar 4. 15** Koridor Ruang Dalam dan Ruang Luar Sesudah

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

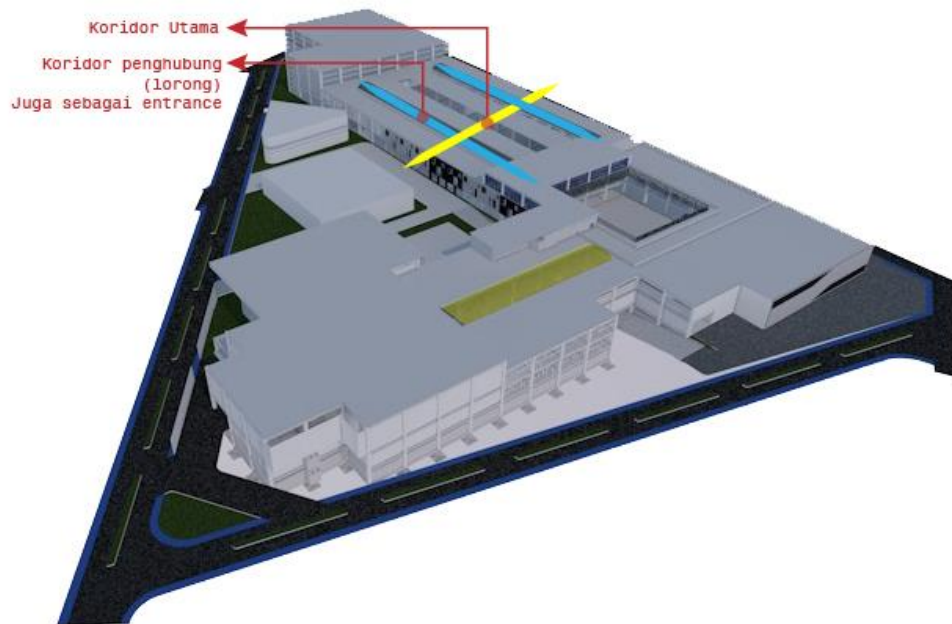
Perbedaan yang signifikan terdapat pada rancangan koridor, dimana sebelumnya mencoba untuk menerapkan rasio  $D/H = 1 > 2$ . Kenyataannya rasio tersebut tidak efektif untuk diterapkan pada koridor bagian dalam (bangunan) karena memakan banyak besaran ruang. Sebagai contoh, tinggi bangunan sisi terdekat adalah 12 meter, sehingga jika menerapkan rasio tersebut maka lebar koridor berkisar antara 12 – 24 meter. Selain itu juga semakin lebar bentangan akan mempengaruhi sistem struktur dan juga skylight sebagai elemen yang tak terpisahkan dari koridor dalam ini.

Pada akhirnya rasio tersebut hanya diterapkan pada koridor luar (bangunan). Keuntungannya juga koridor tersebut tidak hanya memberikan persepsi visual terhadap rancangan pusat perbelanjaan tapi pada lingkungan sekitarnya.

Kemudian koridor utama dalam bangunan tetap memperjuangkan pengalaman visual kepada para pengunjung lewat rekayasa skala dan proporsi yang lahir dari pendekatan sudut pandang  $40^\circ$  (manusia). Layaknya koridor perkotaan yang sering kita jumpai, pandangan kita secara vertikal akan terasa bebas lepas menembus langit atas. Begitu lah yang terjadi pada bangunan ini.

Secara horizontal koridor akan diapit oleh kedua sisi bangunan yang terdiri dari retail-retail, rasionya tidak seperti di luar yang menerapkan perbandingan lebar dan tinggi yang lebih dari 1 (satu). Keberadaannya yang berbeda yaitu dengan nilai perbandingan yang lebih kecil tentu melahirkan suasana layaknya di lorong pertokoan kota. Kesan dilindungi begitu terasa pada koridor dalam bangunan.

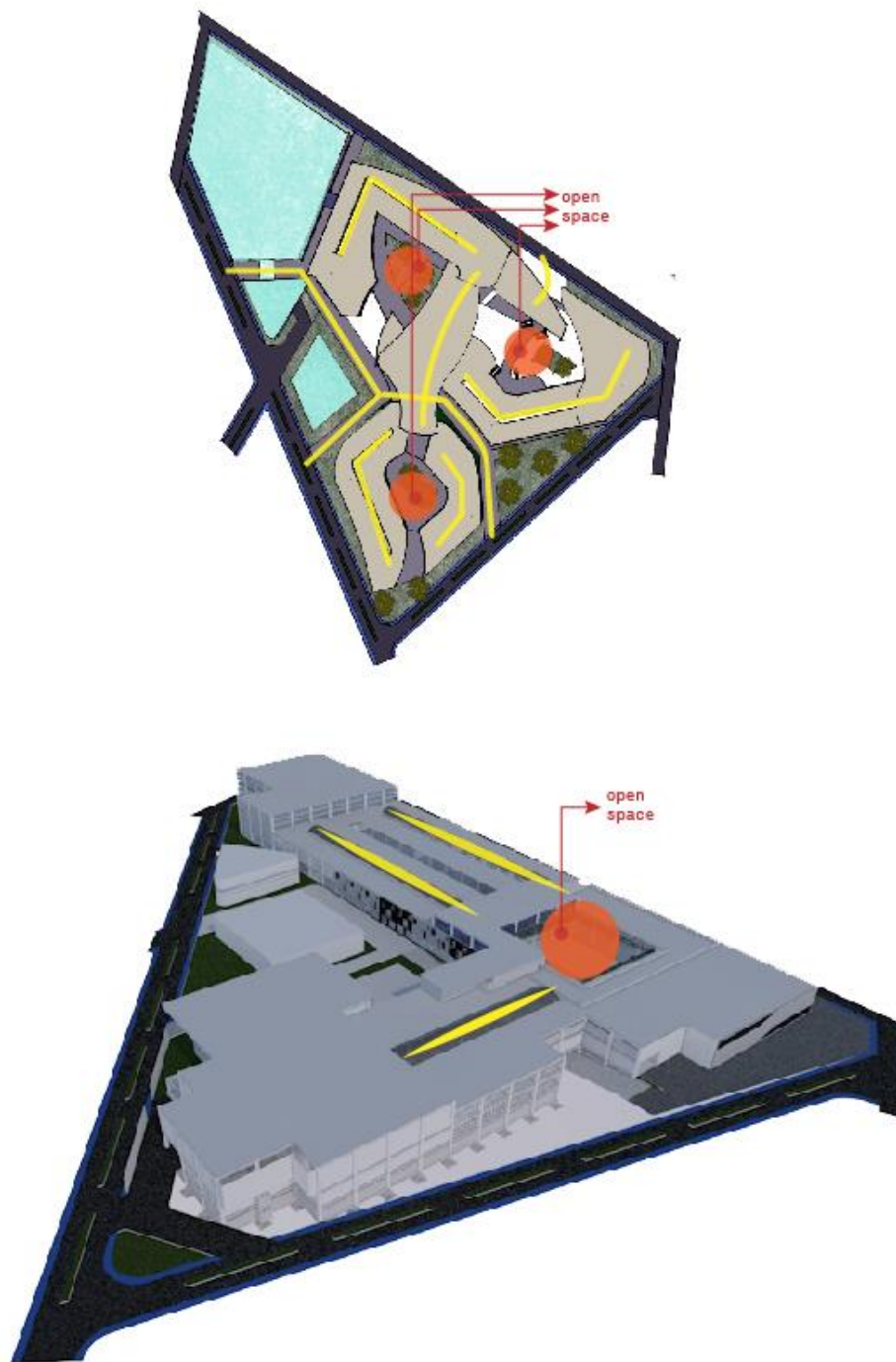
Di blok gubahan massa 1 atau di sisi barat (berdekatan dengan gedung parkir), terdapat 2 koridor utama dan ditengahnya terdapat ruang terbuka yang memanjang dan memiliki ukuran yang sama seperti koridor yang berada di sebelahnya. Rekayasa ini guna memberikan pengalaman nuansa City Walk sebenarnya seperti di ruang kota. Penghubungnya berupa koridor juga yang secara orientasi berlawanan arah. Jalur ini sebagai pintu masuk ke dalam maupun luar bangunan. Benar-benar suasana perkotaan dengan koridor utama kemudian ada lorong – lorong yang saling berkaitan. Lebih jelas akan dijelaskan pada ilustrasi di bawah ini.



**Gambar 4. 16** Koridor ruang dalam dan Penghubung yang juga berfungsi sebagai entrance

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

### 2.3.3 Open Space



**Gambar 4. 17** Perbandingan Open Space sebelum dan sesudah

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Jelas terlihat bahwa ke 2(dua) nya memiliki peerapan yang berbeda, meskipun sama-sama lahir dari komposisi linear organik. Tapi alternatif terakhir

tentu lebih jika ditinjau dari berbagai aspek seperti; efektifitas, kemudahan akses, serta suasana perkotaan dan kenyamanan pengunjung.



**Gambar 4. 18** Detail Plaza

*Sumber : Ilustrasi Pribadi (2018)*

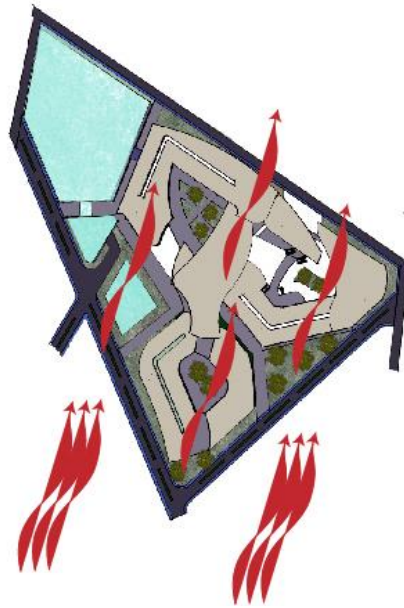
Plaza yang terbuka memiliki tantangan tersendiri karena selain faktor hujan dan panas terik, juga faktor debu yang akan masuk ke dalam bangunan. Sehingga penggunaan tanaman hedera (pergola) diperuntukkan untuk bisa mereduksi debu. Kemudian di setiap sisi plaza, terdapat floor drain yang berfungsi sebagai elemen utilitas. Terdapat juga sculpture di bagian tengah yang dikelilingi tanaman serta bunga. Elemen hijau seperti ini sangat dibutuhkan mengingat tempat ini sangat sensitif dengan seleksi alam.

#### 3.3.4. Penghawaan dan Pencahayaan Alami

Fokus terakhir dari perancangan ini adalah bagaimana memaksimalkan intervensi alam terhadap bangunan, sehingga bisa meminimalisir penggunaan energi. Selain perkara komersil yang mengharuskan untuk efisien dalam pembiayaan, keberadaan koridor (ruang dalam) yang memanfaatkan pencahayaan serta penghawaan alami guna mendukung tercapainya suasana dan nuansa ruang perkotaan.

### 1) Penghawaan

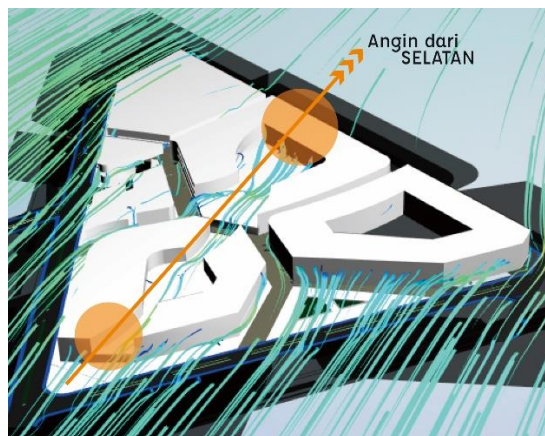
Pada alternatif pertama, komposisi gubahan massa memberikan ruang penuh di bagian selatan guna memaksimalkan arah mata angin yang masuk ke site dari sisi selatan.

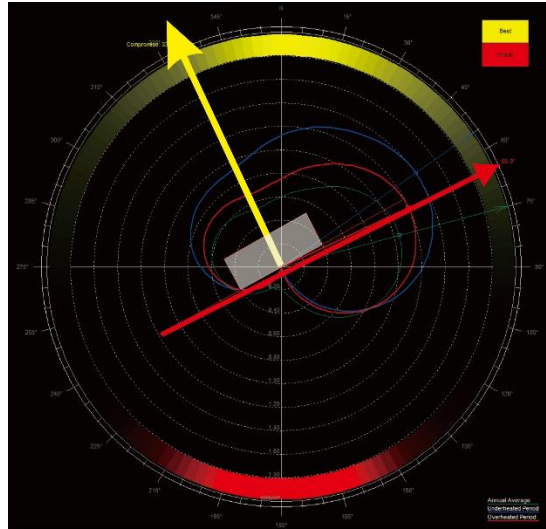


**Gambar 4. 19** Respon terhadap angin pada komposisi gubahan alternatif pertama

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Namun ternyata hasil pengujian ecotect pada bab sebelumnya juga merekomendasikan untuk menghindari orientasi bangunan antara barat daya dan timur laut.

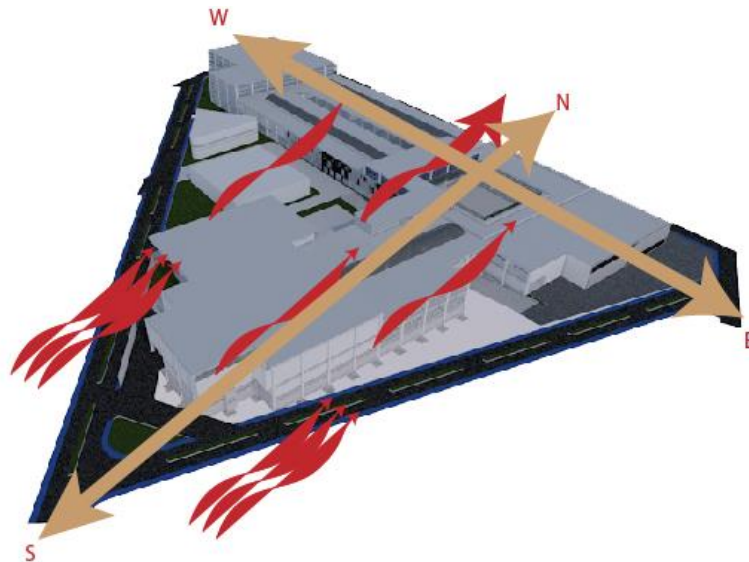




**Gambar 4. 20** Simulasi Angin (atas) dan Rekomendasi Ecotect

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Sehingga muncul alternatif terakhir karena menghindari orientasi ke arah barat daya dan timur laut. Ternyata memang saling berkaitan antar elemen – elemen sebelumnya sehingga tidak perlu lagi di rubah susunan komposisi gubahan masa yang lahir dari pertimbangan elemen City Walk.



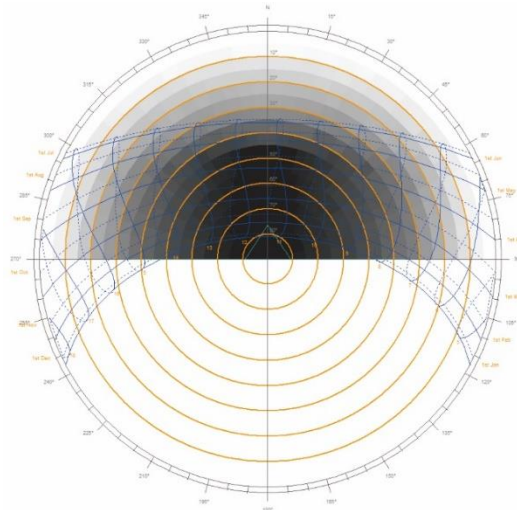
**Gambar 4. 21** Simulasi Angin Pada Alternatif Terakhir

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Untuk memaksimalkan angin masuk ke koridor utama dalam bangunan, skylight diberi sedikit lebih tinggi dari plat lantai terakhir, kemudian diberi roaster (lubang angin) berpola yang menyelimuti dinding tempat skylight ditopang. Kemudian penggunaan roaster juga karena ukurannya yang kecil sehingga bisa memberikan sedikit kecepatan pada angin yang melewatinya. Selanjutnya akan dijelaskan pada gambar dibawah ini.

## 2) Pencahayaan

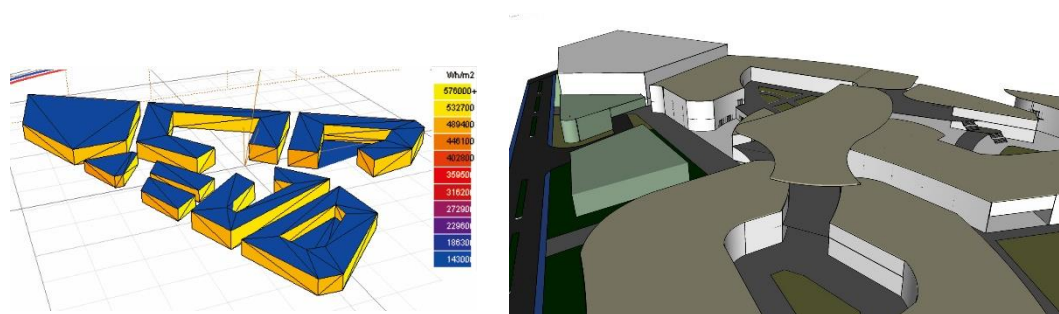
Pencahayaan alami pada bangunan ini lebih difokuskan pada koridor utama ruang dalam (bangunan). Selain faktor pembiayaan maintenance bangunan komersial, pencahayaan alami memang diharapkan bisa memberikan kesan lebih kepada para pengunjung sehingga bisa merasakan seperti berada di ruang perkotaan. Pada malam hari skylight akan menjadi titik yang paling sedikit pancaran cahaya nya, namun itulah yang sebenarnya diharapkan karena bisa merepresentasi persepsi seseorang terhadap ruang luar pada malam hari. Pada kajian mengenai site pada bab sebelumnya, hasil simulasi dengan menggunakan software ecotect terhadap kenyamanan daylighting serta menghindari radiasi panas sinar matahari, merekomendasikan untuk lebih menghadirkan gubahan massa yang panjang dan berorientasi pada sudut  $67,34^\circ$  dan  $325,92^\circ$  serta antara sudut  $110,84^\circ$  dan  $235,25^\circ$ . Sementara sirip bangunan harus memperhitungkan sudut datang matahari pada  $31,2^\circ$  dan  $31,3^\circ$  serta  $39,3^\circ$  dan  $35,7^\circ$ . Seperti yang terdapat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4. 22** Simulasi Kenyamanan Daylighting dan Radiasi Panas Sinar Matahari

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

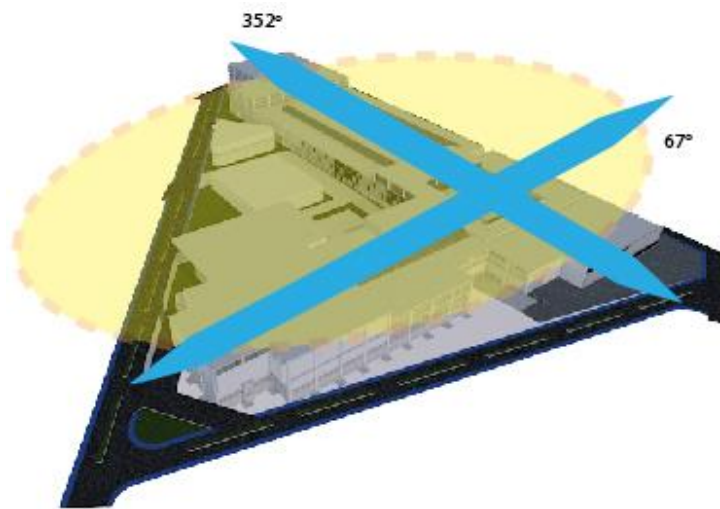
Kemudian jika diterapkan pada bangunan, ke 2 (dua) alternatif desain sebenarnya telah menjawab kebutuhan tersebut namun lagi – lagi jika dilihat dari konteks efektifitas dan efisiensi, alternatif terakhir menjadi yang diunggulkan karena alternatif pertama tidak hanya terdiri dari 2 (dua) orientasi gubahan massa yang memanjang. Hasilnya akan menimbulkan bayangan jatuh di sudut-sudut yang tidak beraturan.



**Gambar 4. 23** Simulasi Radiasi Panas (Atas) dan Gambaran Komposisi Massa (Bawah)

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Nampak terlihat bahwa alternatif pertama memberikan komposisi gubahan yang bervariasi sehingga bayangan serta radiasi yang dihasilkan pun beragam. Jika dibandingkan dengan alternatif terakhir, hasilnya sedikit berbeda karena hanya berorientasi pada 2 (dua) arah. Juga hampir memenuhi rekomendasi yang diusulkan oleh software ecotect. Selanjutnya akan dijelaskan pada gambar dibawah ini.

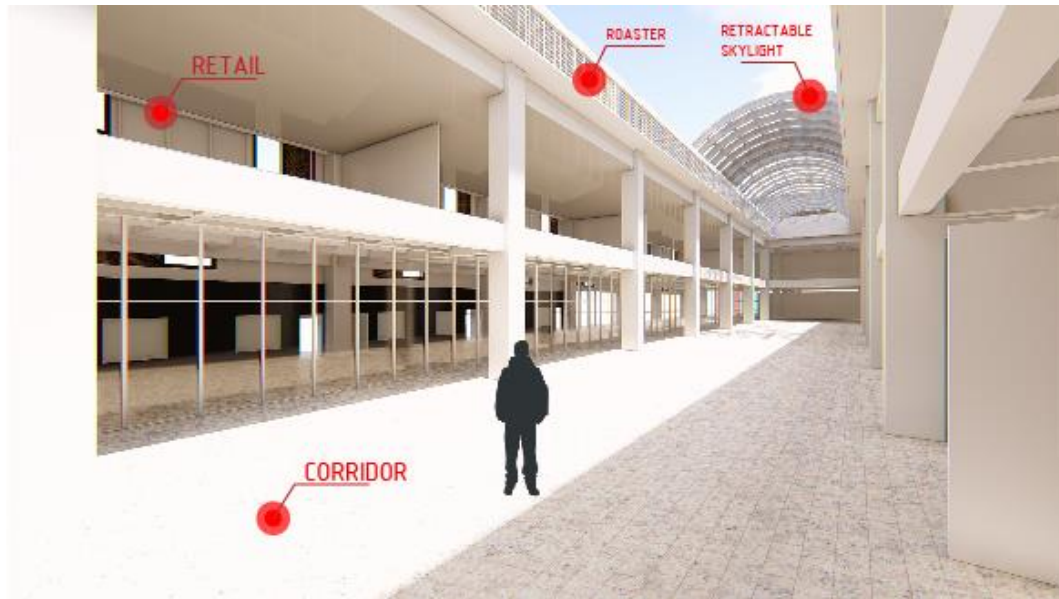


**Gambar 4. 24** Orientasi bangunan serta rekomendasi dari ecotect

*Sumber: Ilustrasi Penulis (2017)*

Sebagai pelengkap dari upaya respon akan elemen kontekstual seperti cahaya matahari dan angin, perancangan shopping center ini menggunakan atap retractable skylight pada bagian penutup koridor

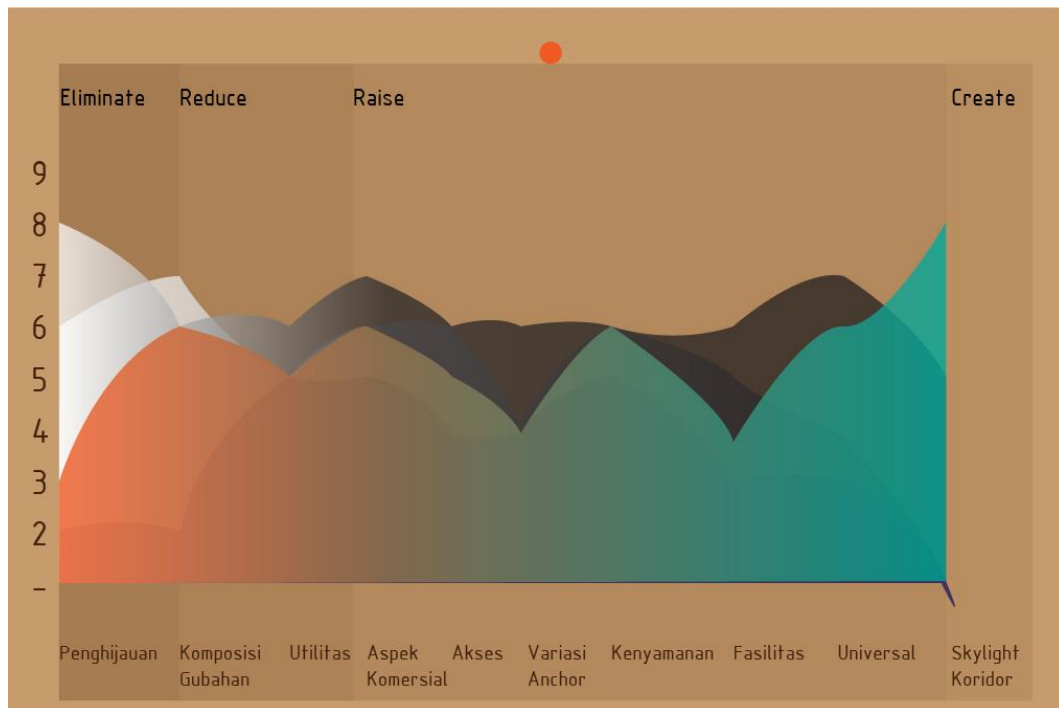
Atap jenis ini bisa membuka tutup permukannya secara otomatis (motorize), namun tetap membutuhkan manusia sebagai perantaranya. Hematnya permukaan akan ditutup ketika cuaca sedang tidak bersahabat, dan sebaliknya. Penggunaan atap retractable ini juga menambah nilai pembaharuan dalam hal perancangan bangunan komersial seperti pusat perbelanjaan. Sekiranya pencahayaan serta penghawaan alami akan lebih maksimal diraih dengan menerapkan metode ini.



**Gambar 4. 25** Ilustrasi suasana koridor serta penggunaan retracble skylight

*Sumber : Ilustrasi penulis (2018)*

#### 4.4 Uji Desain



**Gambar 4. 26** Blue Ocean Analysis Strategy

Analisis Penulis (2018)

Pengujian dengan metode Blue Ocean merupakan perbandingan dengan bangunan sejenis dengan fungsi, tema, dan aspek yang hampir mirip. Ada 3 (tiga) bangunan yang digunakan sebagai pembandingan yaitu, The Breeze (Serpong), Paris Van Java (Bandung), dan Ambarukmo Plaza (Jogja). Setoran Midtown Plaza memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan outdoor experience seperti layaknya ruang kota dengan menaruh retractable skylight pada koridor dalam bangunan.

Selain itu juga ada beberapa aspek yang masih kurang jika dibandingkan dengan yang lainnya yaitu aspek komersial, penghijauan dan komposisi gubahan. Aspek komersial tentu Ambarukmo Plaza sedikit lebih unggul karena secara pendekatan sedikit berbeda sehingga tidak membutuhkan koridor panjang yang sangat menguras kebutuhan ruang. Kemudian The Breeze dan PVJ sangat unggul jika dilihat dari aspek gubahan massa dan penghijauan. 2 (dua) nama terakhir

menerapkan pendekatan yang sama yaitu hendak menghadirkan kesan outdoor experience ke dalam bangunan.

Adapun uji desain pada kasus Seturan Midtown Plaza juga terdapat pada awal proses perancangan, dengan menggunakan software ecotect guna mengetahui arah serta kecepatan angin, dan orienatsi matahari. Penjelasannya terdapat pada bab sebelumnya (BAB II).

## BAB V

### DESKRIPSI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai hasil dari pembahasan mengenai proses penyelesaian persoalan perancangan yang akan mendukung dalam terbentuknya draft rancangan. Beberapa konsep berupa alternatif penyelesaian masalah sudah dibahas pada bab sebelumnya. Sehingga pada bab ini lebih mengarah pada konsep bentuk dan massa, infrastruktur, struktur, serta lansekap yang kemudia akan menjadi sebuah hasil rancangan Seturan Market.

#### 5.1 Spesifikasi Proyek

Bangunan ini merupakan Pusat Perbelanjaan yang berada di Kawasan Citra Pata Seturan, sebuah kawasan mixed-use yang menerapkan konsep multi-link pedestrian linkage. Pejalan kaki dan pusat perbelanjaan tentu sangat dekat dengan yang namanya koridor pertokoan atau City Walk. Bangunan ini dirancang untuk bisa memberikan nuansa City Walk pada sebuah pusat perbelanjaan yang menitikberatkan pada skal dan proporsi ruang dalam maupun luar.

Spesifikasi protek Seturan Market antara lain

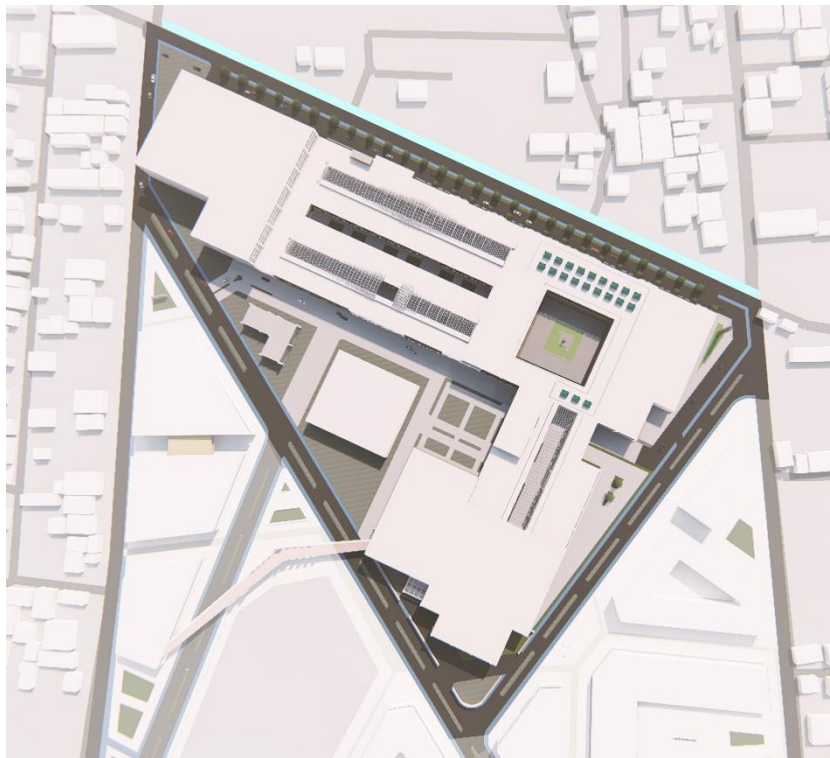
- |                    |   |                                    |
|--------------------|---|------------------------------------|
| 1. Fungsi          | : | Pusat Perbelanjaan                 |
| 2. Lokasi          | : | Jl. Selokan Mataram, Depok, Sleman |
| 3. Luas Site       | : | 47,514 m <sup>2</sup>              |
| 4. KDB             | : | 90 %                               |
| 5. Tinggi Bangunan | : | 18 meter                           |
| 6. Jumlah Lantai   | : | 3 Lantai                           |

#### 5.2 Draft Skematik

Hasil rancangan ini akan dikonversi menjadi draft skematik seperti:

### 5.2.1 Situasi

Situasi dari atas bangunan dilengkapi dengan lingkungan sekitarnya, serta memiliki tujuan untuk menunjukkan kondisi bangunan rancangan terhadap lingkungan sekitarnya. Bangunan ini berada pada kawasan Citra Pata Seturan sehingga harus mengikuti arahan-arahan yang ditetapkan dalam perencanaan pengembangan kawasannya. Citra Pata Seturan merupakan kawasan mixed-use yang mencoba meminimalisir penggunaan kendaraan bermotor dan lebih memanesiakan pejalan kaki. Sehingga terlihat jelas dari gambar situasi ini, bagaimana intervensi kawasan Citra Pata Seturan terhadap Seturan Market mulai dari akses keluar – masuk, proporsi terhadap lingkungan sekitar, serta citra dari kawasan pertokoan itu sendiri.

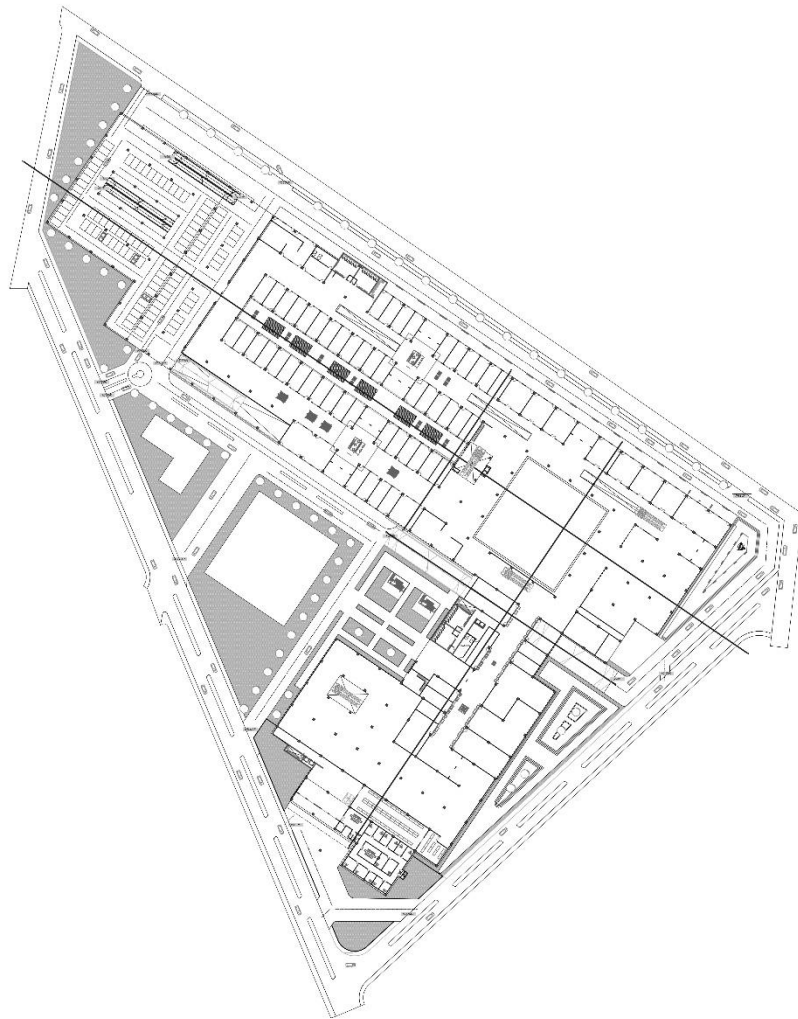


**Gambar 5. 1 Situasi**

Dokumen Perancangan Teknis (2018)

### 5.2.2 Siteplan

Siteplan yaitu tampak denah yang dilengkapi dengan lingkungan sekitar dalam site perancangan, sehingga dapat mengetahui hubungan ruang dalam dan ruang luar bangunan. Melalui siteplan, dapat terlihat sirkulasi kendaraan dan manusia ketika menelusuri berbagai akses, kemudian juga proporsi yang tercipta demi tercapainya nuansa City Walk pada ruang luar dan ruang dalam.

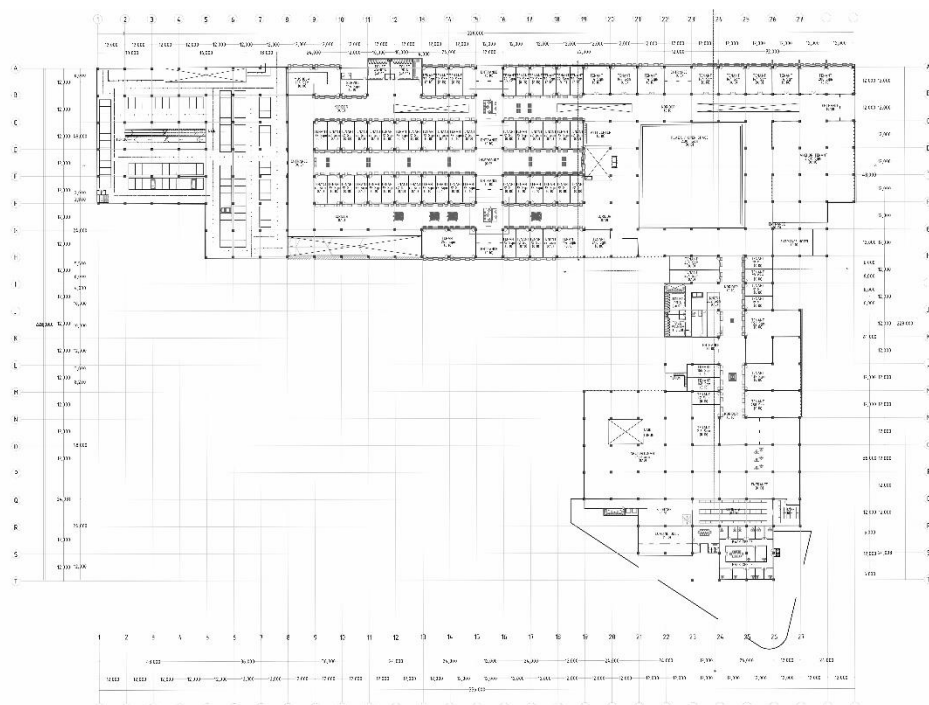


**Gambar 5. 2 Site Plan**

Dokumen Perancangan Teknis (2018)

### 5.2.3 Denah

Denah yaitu tampak atas untuk mengetahui ketinggian ruang dan letak ruang. Rancangan Seturan Market memiliki jumlah 4 Lantai yang terdiri dari Basement, Ground Floor, 1<sup>st</sup> Floor dan Roof Top. Gedung parkir berada di bagian barat, keberadaannya tetap berada pada satu skema struktural, yang membedakan hanya ketinggian yang berbeda. Sehingga jika Blok Pusat perbelanjaan memiliki 3 lantai (diatas permukaan) maka gedung parkir memiliki 6 lantai. Adapaun ketinggian gedung parkir adalah 3 meter (kotor), sehingga rasio perbandingannya 1 (Blok retail) : 2 (Blok Parkir).



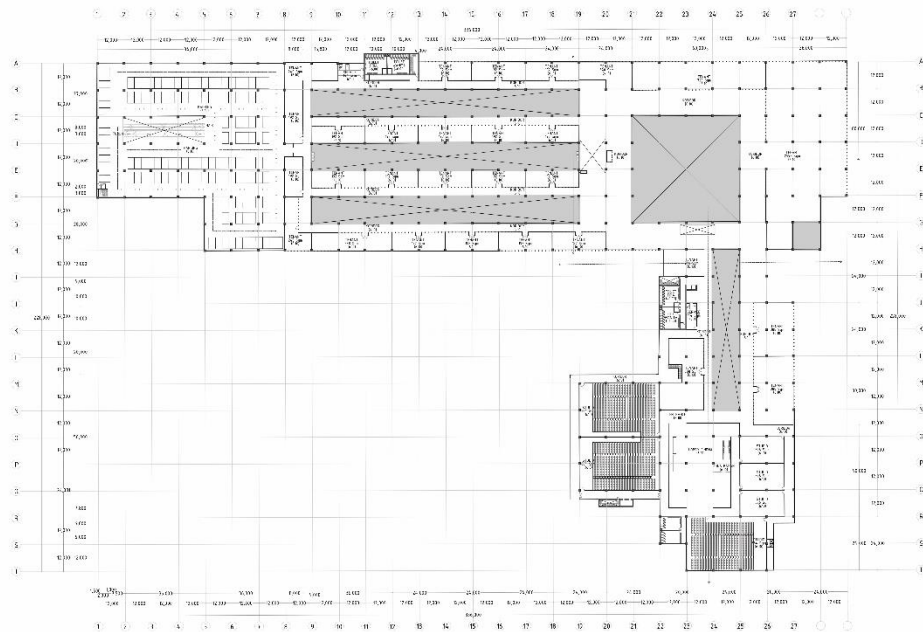
**Gambar 5. 3** Denah Ground Floor

Dokumen Perancangan Teknis (2018)

Kemudian bangunan ini memiliki 3 koridor utama yang terbagi atas 2 (koridor) pada sisi barat dan 1 (satu) koridor pada sisi selatan. Ketiganya memiliki lebar 12 meter, dengan mempertimbangkan penuh pada proporsi ruang dalam yang

dipengaruhi oleh skala perkotaan namun tetap mengutamakan efektifitas ruang pada bangunan komersial.

Proporsi ruang perkotaan yang diterapkan pada bangunan ini lebih pada persepsi visual yang diciptakan melalui batasan sudut pandang (manusia)  $40^\circ$ . Sehingga harapannya manusia sebagai objek bisa menikmati pemandangan secara vertikal yang tanpa batas (ke langit) layaknya berada di ruang perkotaan, dan secara horizontal berasa seperti dikelilingi pertokoan.



**Gambar 5. 4** Denah Roof Top

Dokumen Perancangan Teknis (2018)

Pada 1<sup>st</sup> floor, koridor tidak terletak sama seperti yang diground floor melainkan lebih masuk. Dimensi lebarnya pun berbeda, hanya sebesar 4 meter. Hal ini tentu sebagai pendukung untuk menguatkan suasana koridor pertokoan (City Walk).

### 5.2.4 Tampak

Tampak yaitu wujud dari bangunan secara dua dimensi yang terlihat dari luar bangunan. Rancangan Seturan Market dengan menggunakan pendekatan City Walk akan menghasilkan persepsi visual yang lahir dari rekayasa skala dan proporsi ruang dalam maupun luar. Harapannya tentu bisa memberikan pengalaman secara visual layaknya sedang berada dalam koridor perkotaan. Selengkapnya, gambar perancangan teknis terdapat pada lampiran.

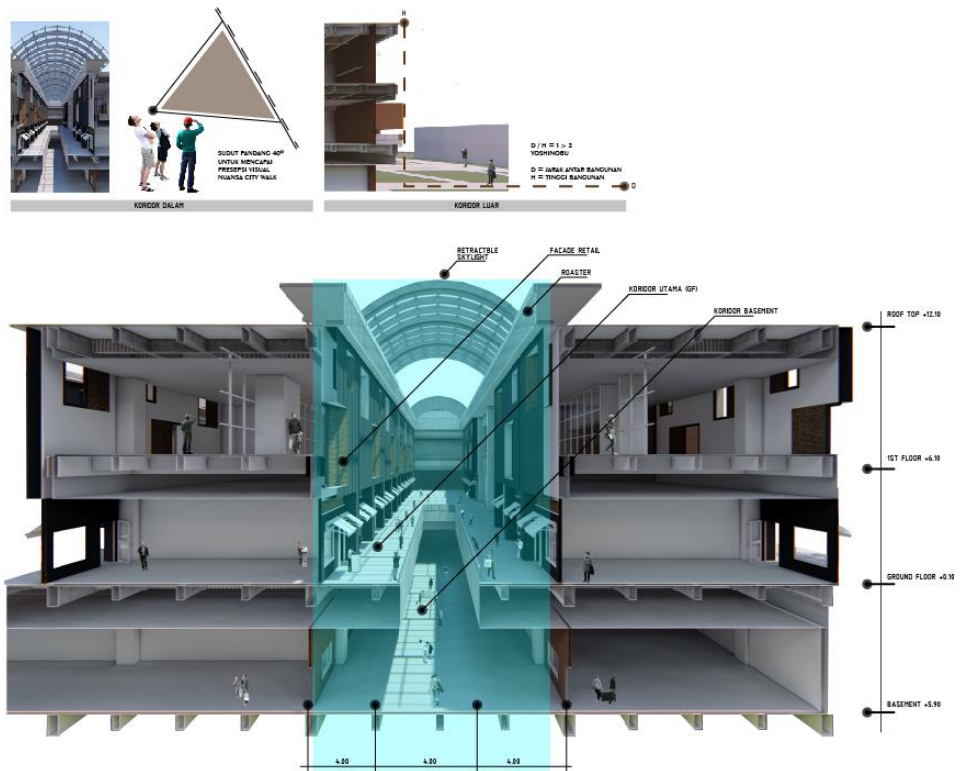


**Gambar 5. 5 Tampak Utara**

Analisis Penulis (2018)

### 5.2.5 Potongan

Potongan merupakan gambaran draft ranc angan sistematis yang dipotong secara vertikal untuk menunjukan isi dalam ruang yang terpotong. Kemudian integrasi antar level, konektivitas antar ruang, serta realisasi skala dan proporsi pada koridor yang menjadi fokus utama. Selengkapnya, gambar perancangan teknis terdapat pada lampiran.



**Gambar 5. 6** Potongan Interior Koridor Utama

Analisis Penulis (2018)

### 5.2.6 Perspektif Eksterior



**Gambar 5. 7** Perspektif Eksterior

Penulis (2018)



**Gambar 5. 8** Perspektif Innercourt

Penulis (2018)

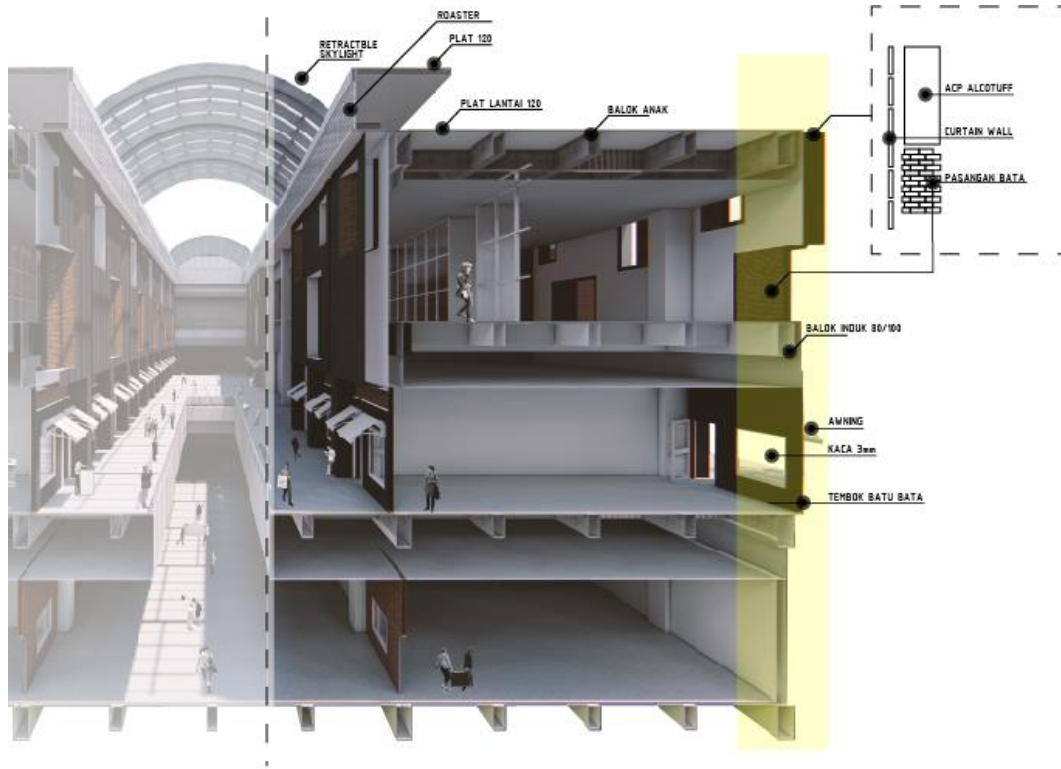
### 5.2.7 Perspektif Interior



**Gambar 5. 9** Perspektif Interior

Penulis (2018)

### 5.2.8 Rancangan Selubung Bangunan



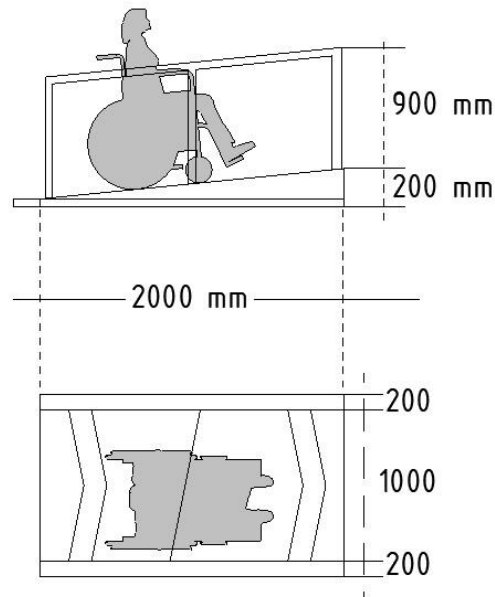
**Gambar 5. 10** Potongan Interior & Detail Selubung

Penulis (2018)

### 5.2.9 Rancangan Sistem Utilitas

Sistem utilitas pada Seturan Market hampir sama seperti pusat perbelanjaan yang memiliki ketinggian lantai lebih 4-5. Meskipun hanya memiliki 3 lantai diatas permukaan tanah ditambah 1 lantai dibagian bawah (basement), bangunan ini tetap menerapkan sistem up-down pada setial elemen utilitas seperti HVAC, Sanitasi – Drainase dan Transportasi (sirkulasi), Core, Shaft Utilitas, dan Roof Top Service Area. Selengkapnya, gambar perancangan teknis terdapat pada lampiran.

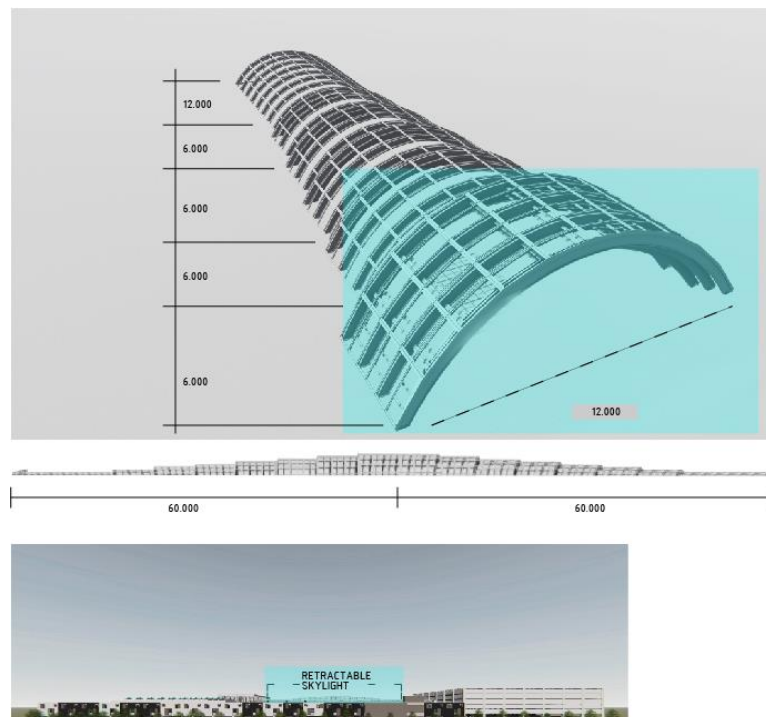
### 5.2.10 Rancangan Sistem Difabel dan Keselamatan Bangunan



**Gambar 5. 11** Detail Ramp Difabel

Penulis (2018)

### 5.2.11 Rancangan Detail Arsitektural Khusus

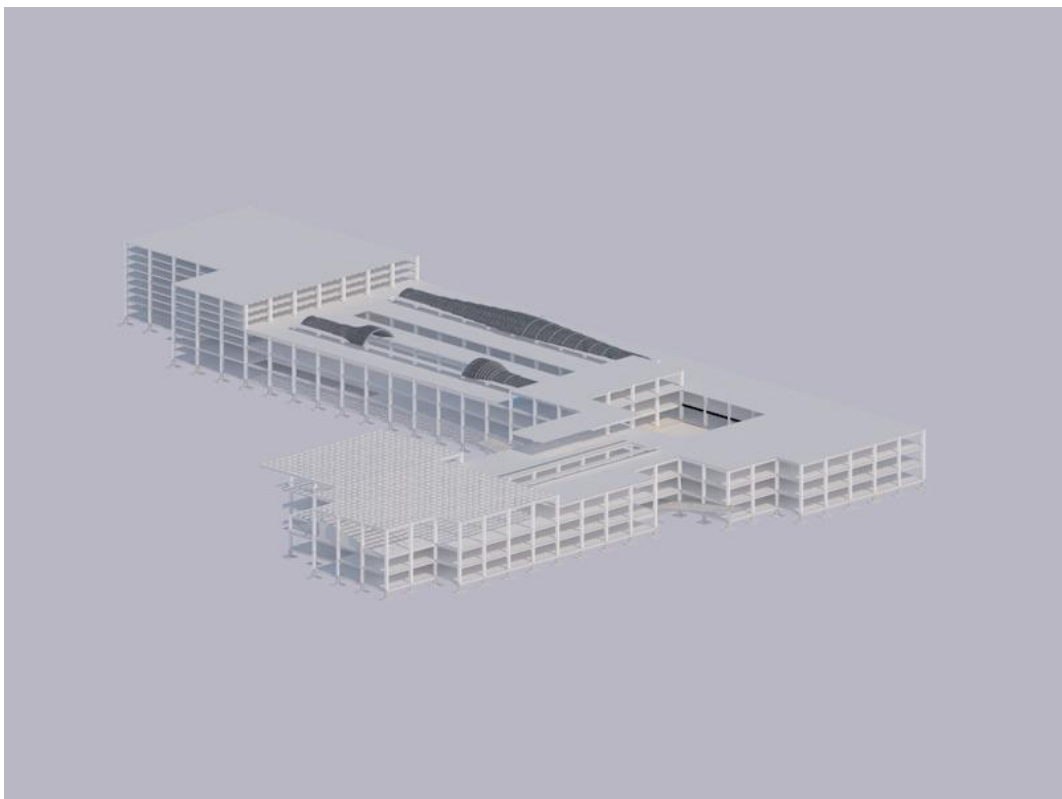


**Gambar 5. 12** Detail Retractable Skylight

Penulis (2018)

**5.2.12 Rancangan Sistem Struktur**

Sistem struktur pada rancangan Seturan Market yaitu struktur rangka kaku dengan materian beton betulang. Selain itu pada skylight pada koridor menggunakan rangka baja serta spacetruss dan memiliki rel. Selengkapnya, gambar perancangan teknis terdapat pada lampiran.

**Gambar 5. 13** Aksonometri Struktur

Archicad (2018)

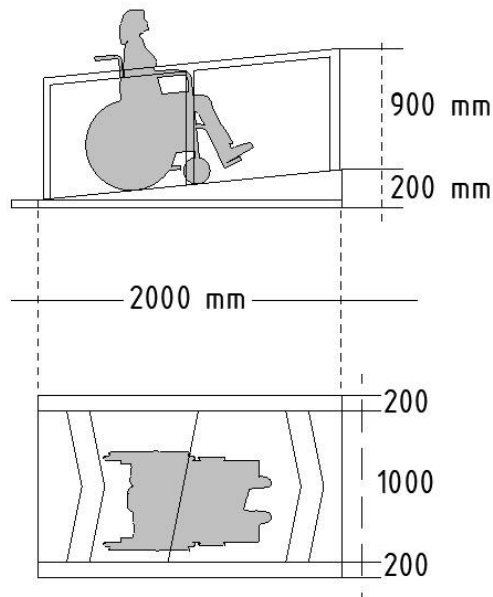
## BAB VI

### EVALUASI HASIL RANCANGAN

Bab VI merupakan bagian yang memaparkan hasil evaluasi dari rancangan yang telah diuji baik pengujian kuantitatif/simulasi maupun secara kualitatif (berdasarkan penilaian para akademisi dan pakar). Adapun beberapa hal pada rancangan yang menjadi bagian penting untuk dipertajam dari segi kualitas dan kesimpulan pengujian desain yang lebih mendalam yaitu meliputi;

#### VI.1 Ramp difabel di entrance (barrier free design)

Ramp difabel untuk memfasilitasi kebutuhan khusus (tertentu) belum tersedia sebelumnya, sehingga diperlukan penambahan di setiap pintu masuk sebagai penghubung antara ruang dalam dan ruang luar. Seperti yang terdapat pada gambar dibawah ini;



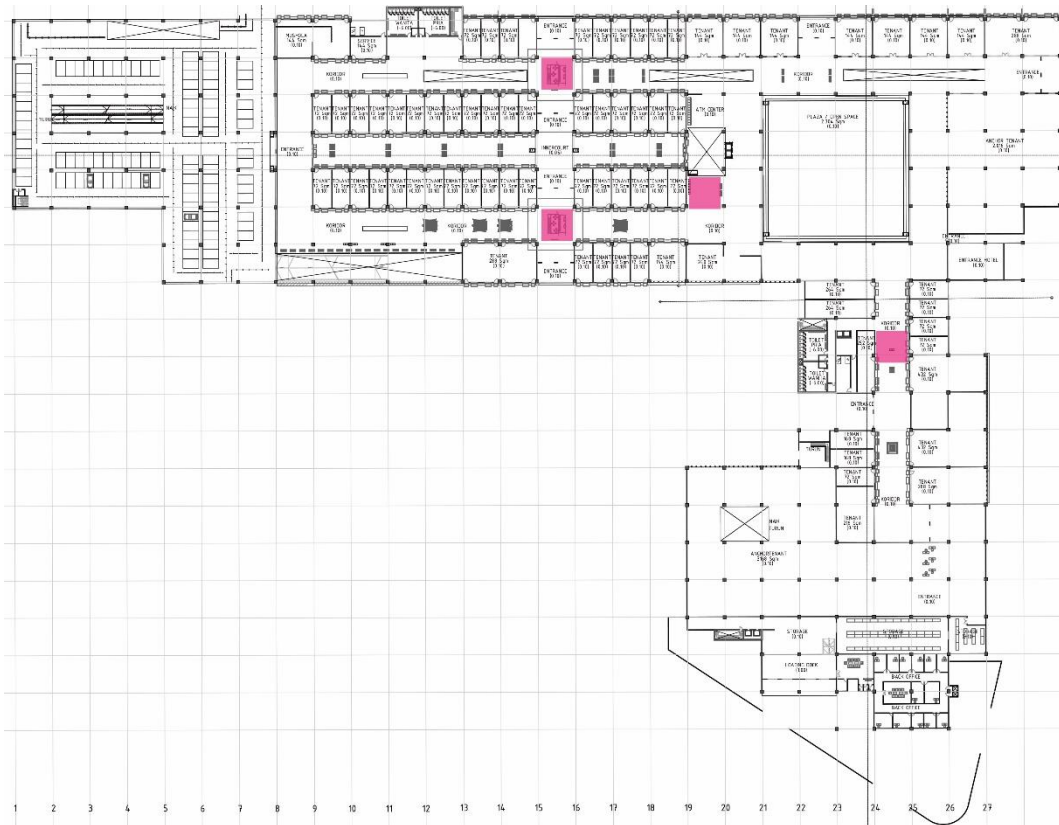
**Gambar 6. 1** Detail Ramp

Analisis Penulis (2018)

Adapun ramp yang di terapkan di entrance tersebut menerapkan gradien 1:10, seingga untuk perbedaan ketinggian 20 cm membutuhkan panjang 200 cm dengan sudut kemiringan 7°. Lebar dari ramp adalah 120 cm dengan tepian pengaman. Untuk selengkapnya bisa dilihat pada gambar site plan (lampiran).

## VI.2 Peruntukkan Retail Sebagai Penunjang City Walk

Segmentasi yang dimaksud lebih pada merespon kebutuhan khusus seperti makan dan minum. Koridor utama pada yang terletak pada Ground Floor sebelumnya belum terdapat peruntukkan khusus seperti gerai makanan atau minuman, yang mana sebagai pendukung utama aktivitas. Disamping itu bangunan ini menerapkan konsep City Walk yang mana akan lebih mengarahkan para pengunjungnya untuk berjalan (sirkulasi horizontal), tentu diharuskan untuk mengakomodir kebutuhan biologis manusia seperti makan dan minum. Respon dalam konteks ini lebih pada memberikan pola perletakan retail makanan atau minuman di Ground Floor, selanjutnya akan dijelaskan pada gambar di bawah ini.



**Gambar 6. 2** Denah Ground Floor

Analisis Penulis (2018)

Adapun untuk kedai minuman ringan terdapat pada area koridor dan tidak sama sekali mengintervensi retail tertentu di sekitarnya. Perletetakkan di tengah koridor ini memang sudah sepantasnya, karena disamping untuk menjawab kebutuhan biologis, juga untuk memperkuat suasana koridor perkotaan yang mana biasanya terdapat kedai minuman atau *vending machine* serta dilengkapi dengan bangku – bangku di sekelilingnya. Untuk *vending machine* yang dimaksud tersebut, juga terdapat pada koridor utama. Untuk memberikan gambaran jelas, berikut contoh yang dimaksud

**Gambar 6. 3** Vending Machine

Analisis Penulis (2018)

### VI.3 Retail Guideline

Umumnya pusat perbelanjaan menerapkan konsep open layout untuk setiap penyewanya, tentu dengan guideline yang ditentukan. Pada kasus ini guideline yang dimaksud lebih pada signature berupa papan reklame dan pola tampilan depan masing – masing retail. Penjelasannya lebih pada penggunaan foto sebagai media presentasi sekaligus menyampaikan kesan City Walk

#### 1.1.1 Papan Reklame

Dalam kasus bangunan komersial, papan reklame merupakan elemen penting karna bernilai tinggi secara ekonomi. Papan reklame akan membuat sebuah retail lebih dikenal dan semakin membuat orang penasaran. Selain itu operator mall tentu akan mendapatkan tambahan pendapatan (surplus) jika menyediakan space untuk iklan seperti papan reklame tentunya.

Sebelumnya belum dijelaskan secara rinci keberadaan papan reklame pada Seturan Midtown Plaza sehingga pada bagian ini akan diperjelas, selanjutnya akan dijelaskan dengan gambar dibawah ini.



**Gambar 6. 4 Suasana Koridor Penulis (2018)**

Analisis Penulis (2018)

Secara regulasi perancangan ini mengarahkan para penyewa retail untuk bebas bereksplorasi, baik dari segi layout sampai ke reklame. Hanya saja untuk reklame diwajibkan untuk menggunakan digital billboard yang memanjang kebawah atau ke samping dengan lebar maksimal 80 cm. Kesengajaan ini agar supaya secara visual billboard tersebut bisa menambah nilai estetika, bukan untuk merusak pandangan seperti yang sering kita lihat dalam keseharian.

**1.1.2 Tampilan Depan Retail**

Tampilan depan pada retail merupakan unsur penting karena akan berpengaruh pada suasana yang diberikan, apalagi dalam perancangan ini menggunakan pendekatan City Walk sehingga suasana yang ditawarkan juga dipengaruhi oleh tampilan depan masing-masing retail. Sehingga regulasi berupa guideline penting untuk menjaga suasana yang diharapkan. Selanjutnya akan dijelaskan pada gambar dibawah ini.

Secara garis besar guideline yang akan diterapkan para pengguna adalah sebagai berikut;

1. Banner Tipe I berukuran 90 cm x 400 cm dan terletak pada 1<sup>st</sup> Floor sehingga menggantung ke bawah. Orientasi berlawanan sehingga offset dari plat lantai maks 90 cm.
2. Banner Tipe II berbentuk memanjang (11 meter, 5,5 meter), diletakkan di depan retail koridor dalam maupun luar. Diperbolehkan menggunakan Digital
3. Fasad dibebaskan kepada pengguna, dengan pertimbangan tidak ada nilai offset atau dalam arti lain harus sejajar dengan di sebelahnya dan segaris lurus secara vertikal dengan plat lantai diatasnya.
4. Untuk gerai minuman disarankan untuk menggunakan retail dengan orientasi bukaan ke luar (koridor luar) ataupun innercourt. Gerai

makanan – minuman bisa menggelar kursi atau furnitur sejenisnya asalakan tidak lebih dari area retail yang disewa dan maksimal hanya mengambil lebar 2 meter pada koridor.



**Gambar 6. 5** Retail Facade

Analisis Penulis (2018)

## DAFTAR PUSTAKA

## BUKU

Baddington, Nadine., 1982. *Design For Shopping Center*. London: Butterworth, Design Series

Bednar, J Michael. 1990. *Interior Pedestrian Spaces*. London: BT. Batsford Ltd.

Chiata, Joseph DE & Callender, John. 1983. *“Time-Saver Standarts For Building Types (International Edition)”*. Singapore. Mc-Graw Hill

Debra, Than, Dan Pam. 2009. *Public Space; How We Humanize City*. Dhaka; Healt Bridge.

Gehl Dan Gemzoe. 2002. *Nuevos Espacios Urbanos*. Espana: REBIUN

Hornbeck, James. *Stores and Shopping Centers*. New York: Mc. Graw-Hill Book. Company Inc.

Nasrullah, Adon. 2015. *Sosiologi Perkotaan; Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*. Bandung: Pustaka Setia

Pamudji, S., 1999. *Desain Interior*. Jakarta: Penerbit Djambatan. Hlm 26

Prabawasari, V. W & Suparman, A., 1999. *Seri Diklat Kuliah: Tata Ruang Luar 01*. Jakarta: Gunadarma Hlm 4

**Portland Pedestrian Guide**. Portland: Office of transportation Enginering and Development

Francis D. K. Ching, *Ordering Principles. Architecture Form, Space, and Order*. New Jersey: John Wiley & Sons. 2007 Hlm 339

Neufert, Ernest: *Data Arsitek Jilid 2 Edisi 33* (diterjemahkan oleh Sukamto). Jakarta: Mahameru

Shirvani, Hamid. 1985. *The Urban Design Process, Van Nostrand Reinhold Company*. New York.

**ARTIKEL / INTERNET**

Arifin, Dan Zahari. 2013. *Perception Of Urban Walking Environment*. Sciencedirect.com. Diakses Pada 4 Agustus 2017

Booth, Norman K. **Basic Elemet Of Landscape Architectural Design**

**International Council of Shopping Center (ICSC)** diakses 24 Februari 2018; dalam <http://www.icsc.org/srch/lib/SCDefinition00.pdf>

Maitland, B. 1985. **Shopping Malls-Planning and Design**. New York. Langman Group Limited (Dalam tugas akhir Wibowo, A. S.. 1999. *Shopping Street*. Yogyakarta:Universitas Gajah Mada)

Northern, F. R., 1977. ***Shopping Center a Developer's Guide to Planning and Design***. New York: College of Estate Management.

Rubeinstein, H. M., 1978. **Central City Mall**. New York: A Willey Inter Science Publication.

Sangkertadi. 2010. ***Pengaruh Kecepatan Angin Terhadap Tingkat Kenyamanan Termal di Ruang Luar Iklim Tropis Lembab***. Manado; Pascasarjana UNSRAT

Zakaria, Dan Ujang. 2015. *Comfort Of Walking In The City Center Of Kuala Lumpur*. Sciencedirect.com. Diakses Pada 5 Agustus 2017

**LAMPIRAN**