TUGAS AKHIR

PUSAT PERBELANJAAN DI CILACAP
SEBAGAI WADAH PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN PENDEKATAN BANGUNAN WATERFRONT

Disusun Oleh :

DUDI KRISNABRATA

No. Mhs. : 91 340 036
NIRM : 910051013116120034

JURUSAN TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

1997

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PUSAT PERBELANJAAN DI CILACAP
SEBAGAI WADAH PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN PENDEKATAN BANGUNAN WATERFRONT

Buku ini disetujui dan disahkan :
Pada : ..... Maret 1997

Dosen Utama	Dosen Pendamping
Tanggal :	**Tanggal :** .....
(Ir. Munichy B. Edrees, M.Arch)	**(Ir. Ilya Fadjar Maharika)**

Mengetahui
Ketua Jurusan Arsitektur
Tanggal : .....

(Ir. Wiryono Raharjo, M.Arch.)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjat puji syukur kkehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmah dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan penulisan Tugas Akhir ini merupakan suatu kegiatan kuliah wajib di Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia dan merupakan program tugas akhir yang pertujuan mengevaluasi guna memperoleh gambaran tingkat kemampuan (kompetensi) mahasiswa dalam melakukan proses perencanaan dan perancangan arsitektur secara mandiri, yang dilandasi oleh kemampuan-kemapuan yang diperoleh selama pedidikan S1, melalui penyelesaian perancangan proyek karya Arsitektur terpadu dan tuntas.

Saya menyadari bahwa karya ini bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, tapi harapan saya semoga karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Disamping itu laporan ini terselesaiakn dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih Kepada :

1. Bapak Ir. Susastrawan MS, selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Wiryono Rahardjo March, selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. H. Munichy B Edrees March dan bapak Ir. Ilya Fadjar Maharika selaku dosen pembimbing dalam Tugas Akhir ini.
4. Pak Budi, pak Pras dan bapak-bapak lainya yang berada di kantor BAPEDA TK II Cilacap yang banyak membantu dalam pencarian data dan konsultasinya mengenai permasalahan yang ada.
5. Bapak, Ibu, dan Adik yang tercinta yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga terwujudnya buku ini.
6. Temanku di Cilacap yang telah banyak membantu dan rekan-rekan mahasiswa yang bersama-sama melaksanakan Tugas Akhir ini serta rekan lainnya, yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penyususun dapat melaksanakan penulisan tugas akhir ini dengan baik.

Tanpa bantuan dan dorongan mereka semua pastilah penulisan ini masih belum dapat terselesaiakan. Sekali lagi saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telahpenyususn tersebut diatas.

Tiada gading yang tak retak, bila ada salah kata, kritik yang konstruktif sangat saya harapkan untuk lahir kesempurnaan pada kesempatan yang akan datang.

Dengan harapan semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penyusun maupun pembaca.

Yogyakarta, Februari 1997

Penyusun

(Dudi Krisnabrata)

ABSTRAKSI

Dalam memasuki pembangunan saat ini seiring kemajuan ilmu pengetahuan, telah merubah wajah dunia menjadi sekarang ini. Terciptanya lingkungan yang lebih baik (built environment), lebih khusus lagi ilmu tentang bangunan atau arsitektur.

Dalam meningkatkan kebutuhan fasilitas perbelanjaan yang sudah ada di kota Cilacap sendiri yang masih banyak pada bentuk konvensional, maka perlu direncanakan sebuah pusat perbelanjaan dengan fasilitas yang lebih lengkap dan terpadu dengan fasilitas hiburan lainnya sehingga diharapkan dapat menjadi suatu pusat perbelanjaan baru yang dapat memenuhi kehidupan masyarakat yang semakin maju dan semakin efisien, selain itu diharapkan menjadikan suatu *landmark* tersendiri pada kawasan tersebut.

Konsep perencanaan yang ada adalah dengan melihat kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah, dan sejalan dengan berkembangya waktu sehingga lebih dituntut hal-hal yang lebih efisien dan modern dalam melakukan kegiatan, juga dari segi bangunan dapat menampilkan citra tersendiri dari bangunan tersebut sehingga nampak menonjol dari lingkungan sekitarnya yang merupakan salah satu bentuk ciri bangunan komersial. Perencanaan konsep bangunan dengan melihat karakter lokasi geografis sendiri yang terletak di kawasan tepi pantai yaitu dengan pendekatan pada bangunan *waterfront.* Umtuk menunjukkan bangunan komersial sendiri dengan menampilkan pada penampilan fasade bangunan yang lebih menonjol dengan bentuk ornamen, warna maupun permainan atapnya. Selain itu juga harus mempunyai daya tarik sendiri, yaitu dengan menampilkan ruang publik sebagai sarana taman rekreasi *waterfront*.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul i
Lembar Pengesahan ii
Kata Pengantar iii
Abstraksi v
Daftar Isi vi
Daftar Gambar ix
Daftar Tabel dan Grafik x

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.1.1 Pertumbuhan Penduduk 1
1.1.2 Pertumbuhan Ekonomi 2
1.1.3 Perkembangan Sistem Perbelanjaan 4
1.1.4 Pengembangan Fasilitas Ruang Publik dan Hiburan Dalam kota 5
1.2 Perumusan Masalah 5
1.2.1 Area Problem 5
1.2.2 Permasalahan 6
1.3 Tujuan dan Sasaran 6
1.3.1 Tujuan 6
1.3.2 Sasaran 6
1.4 Lingkup pembahasan 7
1.5 Metode Pembahasan 7
1.6 Sistematika Pembahasan 8
1.7 Keaslian Penulisan 8

BAB II PUSAT PERBELANJAAN
TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN BANGUNAN WATERFRONT
2.1 Tinjauan Pusat Perbelanjaan 10
2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan 10
2.1.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan 11
2.2 Tinjauan Fasilitas Rekreasi 13
2.2.1 Pengertian Rekreasi 13
2.2.2 Klasifikasi Kegiatan Rekreasi 13
2.3 Tinjauan Ruang Publik 15
2.3.1 Pengertian Ruang Publik 15
2.3.2 Klasifikasi Pada Ruang Publik 15
2.4 Tinjauan Bangunan Waterfront 16
2.4.1 Pengertian waterfront 16
2.4.2 Klasifikasi Pada Bangunan Waterfront 16
2.5 Penampilan Bangunan 20

2.5.1 Studi Pusat Perbelanjaan 20
2.5.2 Kondisi Pusat Perbelanjaan yang ada..... 21

BAB III PUSAT PERBELANJAAN
SEBAGAI WADAH PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN
PENDEKATAN PADA BANGUNAN WATERFRONT 25
3.1 Tinjauan Kota Cilacap..... 25
3.1.1 Kondisi Umum..... 26
3.1.2 Tinjauan Lokasi..... 26
3.2.3 Prinsip Pemilihan Lokasi..... 27
3.1.4 Alternatif Pemilihan Site..... 28
3.2 Tinjauan Sektor Ekonomi dan Perdagangan di Cilacap 28
3.2.1 Tinjauan Sektor Ekonomi dan Perdagangan 29
3.2.2 Tinjauan Sektor Perbelanjaan..... 31
3.3 Analisa Klasifikasi menentukan Pusat Perbelanjaan 31
3.3.1 Lokasi Pusat Perbelanjaan 31
3.3.2 Analisa Site 32
3.3.3 Dasar Pemilihan 34
3.4 Pola Sirkulasi 34
3.4.1 Hubungan Ruang dan Sirkulasi 35
3.4.2 Efektifitas Sirkulasi 36
3.5 Penampilan Bangunan 36
3.5.1 Analisis Karakter 37
3.5.2 Perbelanjaan Modern dan Hiburan 41
3.5.3 Penampilan Bangunan Sebagai Landmark 42
3.6 Kesimpulan .....

BAB IV KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
4.1 Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan Modern sebagai tempat
Rekreasi pada Ruang Publik dan Ciri Khas pada Bangunan
Waterfront 44
4.1.1 Karakter kegiatan Pelaku sebagai Penentu Ruang ... 45
4.1.2 Ruang Publik Sebagai Alternatif Ruang Rekreasional 46
4.1.3 Bangunan Waterfront sebagai Pembentuk Citra Kota 46
4.2 Konsep dasar Kebutuhan Ruang 48
4.2.1 Hubungan Ruang Pada Pusat Perbelanjaan 48
4.2.2 Pengelompokkan Ruang 48
4.2.3 Hubungan ruang 49
4.3 Konsep dasar Penampilan Bangunan 49
4.3.1 Penampilan Bangunan 49
4.3.2 Figur Fasade 50
4.3.3 Watermall 50
4.3.4 Citra Kota 50
4.4 Konsep Dasar Tata Ruang Luar 50
4.4.1 Pola Ruang Luar 53
4.4.2 Ruang Publik 53
4.4.3 Penataan Pertamanan .....

4.5 Konsep Dasar Tata Ruang Dalam 55
4.5.1 Pengelompokkan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang 55
4.5.2 Karakter dan Tuntutan Ruang 56
4.5.3 Penzoningan dan Organisasi Ruang Pada Pusat Perbelanjaan 57
4.6 Kebutuhan Luasan Bangunan 58
4.7 Konsep Dasar Pergerakan 58
4.8 Konsep Dasar Sistem Struktur dan Utilitas 60
4.8.1 Sistem struktur 60
4.8.2 Sistem Utilitas 61

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Gambar 2.1. Tokyo Life Sea Park, Japan 16
2. Gambar 2.2. Cheteau d che Nonceaux and The river Cher, France 18
3. Gambar 2.3. Perkantoran dan Hiburan, London, Inggris 18
4. Gambar 2.4. El Port de la Selva, Givana, Spain 19
5. Gambar 2.5. Kawasan Pelabuhan Perikanan Cilacap 20
6. Gambar 2.6. Rita Dept. Store Cilacap 21
7. Gambar 2.7. Malioboro Mall Yogyakarta 22
8. Gambar 2.8. Plaza Simpang Lima Semarang 23
9. Gambar 3.1. Alternatif Site 27
10. Gambar 3.3. Pusat Belanja 30
11. Gambar 3.4. Rencana Tata Ruang Kota Cilacap 32
12. Gambar 3.5. Aksesibilitas Lokasi 33
13. Gambar 3.6. Lokasi 34
14. Gambar 3.7. Hubungan Ruang 35
15. Gambar 3.8. Efektifitas Sirkulasi 36
16. Gambar 3.9. Alnalisa Karakter 36
17. Gambar 3.10. Bangunan Waterfront 37
18. Gambar 3.11. Theatre 38
19. Gambar 3.12. Garden 39
20. Gambar 3.13. Public Space di pinggir pantai 40
21. Gambar 3.14. Elemen Pendukung 40
22. Gambar 3.15. Bangunan Waterfront sebagai Landmark 41
23. Gambar 3.16. Alternatif Bentuk 42
24. Gambar 4.1. Penempatan Site 44
25. Gambar 4.2. Hubungan ruang 47
26. Gambar 4.3. Pola ruang luar 51
27. Gambar 4.4. Pembentuk suasana 52
28. Gambar 4.5. Ruang Publik 53
29. Gambar 4.6. Penzoningan Secara Makro 57
30. Gambar 4.7. Pergerakan 60

DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

Halaman

1. Tabel 1.1 Jumlah Penduduk 1
2. Tabel 1.2 Penduduk Menurut Mata Pencaharian 1
3. Tabel 1.3 Distribusi Prosentase PDRB Kab. Cilacap 2
4. Tabel1.4 Rencana Kebutuhan Fasilitas Pertokoan dan Rekreasi 3
5. Tabel 4 Penzoningan dan Hubungan Ruang 58
6. Grafik 1 Penduduk Menurut Mata pencaharian 26
7. Grafik 2 Distribusi Prosentase PDRB Kab. Cilacap 28

BAB I

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Pertumbuhan Penduduk

Untuk kota Cilacap sendiri berdasarkan dari perhitungan Badan Statistik, pertumbuhan penduduk mencapai 3,48% per tahun. Pertumbuhan penduduk tersebut cukup besar, jika dilihat dari pertumbuhan rata-rata penduduk Indonesia yang rata-rata 2,34% pertahun (*Cilacap Dalam Angka, 1995).* Ini kemungkinan disebabkan dari pertumbuhan ekonomi di kota Cilacap yang terus meningkat, terutama pada sektor industri yang terus berkembang dan secara tidak langsung akan mempengaruhi para pendatang, yang merupakan salah satu daya tarik kota Cilacap sendiri.

Tabel I.1 Jumlah Penduduk Cilacap

Tahun	Jumlah Penduduk Kabupaten Cilacap	Jumlah Penduduk Kotatif Cilacap
1990	1.444.529	194.670
1991	1.494.513	205.008
1992	1.503.829	206.378
1993	1.512.713	------
1994	1.526.986	209.378

Sumber: Cilacap Dalam Angka 1995

Ini seperti digambarkan pada Tabel I.2 dibawah ini bahwa di kota Cilacap pendapatan penduduk sebagian besar tidak didapat dari sektor pertanian.

Tabel I.2 Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Tahun	peta-ni	nela-yan	pen-usaha	industri	bangu-nan	peda-gang	ang-kuatan	PNS/ ABRI	pensi-unan	lain-lain
1988	4819	10061	4516	9445	11941	6516	4482	8004	2121	61297
1989	5556	10636	3850	10108	10357	6662	3829	8129	2306	59502
1990	4778	10698	4522	12166	11388	7524	4327	8225	2223	54346
1991	4507	4288	4775	12845	10966	7785	4865	8388	2941	53510
1992	4520	12586	2764	13871	13711	6858	4339	10306	3102	59202

Sumber: Kompilasi Data Kab. Cilacap 1993/1994

Dengan terus bertambahnya penduduk sendiri tentu kebutuhan fasilitas kota terus bertambah, salah satunya adalah fasilitas perbelanjaan.

1.1.2 Pertumbuhan Ekonomi

Pembangunan nasional yang sekarang berjalan telah memasuki Pembangunan Jangka Panjang kedua (PJP II). PJP I telah memberikan landasan yang kokoh di segala bidang. Perekonomian yang stabil dan terkendali menjadi tonggak untuk mengambil peranan penting dalam era globalisasi. Mantapnya pembangunan perekonomian tidak lepas dari peranan perekonomian di daerah. Sejalan pertumbhan di berbagai sektor, memberikan dampak semakin beragamnya jenis kegiatan usaha, meskipun sebagian besar baru mencakup di kota-kota besar akan tetapi dari sisi output dan tenaga kerja memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi perekonomian daerah maupun secara nasional (*PDRB DATI II Cilacap, 1995).*

Cilacap merupakan daerah industri untuk kawasan di sebelah selatan pulau Jawa yang sedang dikembangkan keberadaannya. Dalam sistem perwilayahan pembangunan regional Jawa Tengah, Cilacap sendiri di arahkan menjadi pusat pertumbuhan Wilayah Pembangunan V dengan cakupan pada Kabupaten-Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Kebumen, Purworejo, Banyumas, dan Cilacap (*Data/RTRK Kab. Cilacap, 1994).* Dengan berkembangnya kawasan ini maka untuk sektor perdagangan dengan sendirinya terus meningkat, disini dapat dilihat bahwa sektor perdagangan di kota Cilacap menempati posisi nomor dua setelah

Tabel I.3 Distribusi Prosentase PDRB Kab. Cilacap

Lapangan Usaha	Tahun 1993	Tahun 1994
PERTANIAN	11.95	11.16
PERTAMBANGAN	0.61	0.69
INDUSTRI	46.80	47.03
LISTRIK	0.23	0.25
BANGUNAN	1.01	1.10
PERDAGANGAN	**34.14**	**34.22**
TRANSPOTASI	1.03	1.08
KEUANGAN	1.32	1.41
JASA-JASA	2.92	3.06

sumber: PDRB Kab. Cilacap 1995

sektor industri dalam pertumbuhannya maupun pendapatan yang diperoleh untuk daerah. Disini dapat dipengaruhi dalam hal pencapaianya angkutan di kota Cilacap dapat ditempuh pada jalur laut, udara maupun darat. Ditambah lagi dengan dibukanya dan dikembangkanya kapasitas pelabuhan Cilacap dan sekalian diberinya nama "Tanjung Intan" awal tahun 1996, maka memungkinkan arus perdagangan yang terus meningkat untuk waktu-waktu selanjutnya di kota Cilacap sendiri. Dengan kegiatan perdagangan yang terus pula, maka untuk daerah-daerah untuk perbelanjaan sendiri akan terus berkembang sejalan dengan perkembangan kota itu sendiri. Untuk kawasan perdagangan atau komersial sendiri di kota Cilacap menurut rencana masih dibutuhkan sekitar 10 Ha sampai tahun 2004, kawasan tersebut terletak di pusat kota dan sekitarnya,

Tabel I.4 Rencana Kebutuhan Fasilitas Pertokoan & Rekreasi

Fasilitas	standart		1994		1999		2004	
	pddk (jiwa)	luas (m2)	jml (bh)	luas (m2)	jml (bh)	luas (m2)	jml (bh)	luas (m2)
BWK I								
Pertokoan	2500	1000	22	22354	26	26324	31	31000
Gd Bioskop	10000	2000	6	11177	9	17047	12	23960
Taman	250	250	224	55886	341	85236	479	11960
BWK II								
Pertokoan	2500	1000	66	65777	77	77479	91	91219
Gd Bioskop	10000	2000	16	32866	17	34845	19	37149
Taman	250	250	658	16444	697	17422	743	18574

Sumber: Rencana/Evaluasi RTRK Kota Cilacap 1993/1994

kawasan tersebut pada dasarnya merupakan perluasan dari kawasan eksisting disekitar pusat kota (*P3KT Kab. Cilacap, 1993).* . Dan diharapkan untuk sektor perdagangan ini akan bergerak kearah utara yang hingga saat ini masih bertumpu di selatan kota. Secara kondisi pada rencana kota Cilacap sendiri dengan realisasi sudah cukup sesuai, namun dalam pengembanganya perlu disusun kebijaksanaan baru untuk mengembangkan daerah perdagangan dan jasa sesuai dengan perkembangan kota Cilacap kerah utara, yang dalam rencana di plot sebagai daerah campuran. Pengembangan ini diharapkan sebagai titik tumbuh terjalinya pusat bagian wilayah kota yang direncanakan (*Rencana/RTRK Kab. Cilacap, 1994).*

1.1.3 Perkembangan Sistem Perbelanjaan

Nilai kehidupan modern, membuat tuntutan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kemudahan dalam melakukan kegiatan semakin tinggi.

Disini dalam dunia perdagangan dewasa ini, seorang konsumen tidak lagi sekedar berbelanja, namun juga ingin menikmati suasana dan fasilitas pada tempat mereka berbelanja tersebut. Sampai dengan saat ini fasilitas perekonomian yang dalam pembahasan ini berkaitan dengan sarana perdagangan yang tersedia di kota Cilacap, sudah tersedia cukup lengkap sebagaimana suatu kota besar, sedangkan perbedaan yang ada hanya dalam segi kualitasnya. Padahal untuk saat ini, tidak hanya butuh keberadaanya segi kualitas seperti kenyamanan maupun kemudahan dalam melakukan kegiatan mutlak untuk lebih menarik minat pengunjung, sesuai dengan perkembangan masyarakat kota atau modern yang semua ingin dilakukan dengan cara praktis. Gary La Vasser dari La Vasser and Walters, seorang konsultan khusus tentang perencana kota dan *visual merchandising*, Los Angeles, mengatakan bahwa daya tarik harus sudah dirasakan pengunjung sejak entrance (*majalah ASRI/106, 1992).* Sedang Richard Lewis, pakar perencana pertokoan, menyebutkan bahwa suasana pertokoan tersebut, terbangun oleh banyak kondisi yang mendukungnya (*JDC, 1992).* Selain itu untuk sarana yang lebih beragam pada pusat perbelanjaan salah satunya sebagai sarana ajang promosi suatu produ baru perlu direncanakan juga seperti ruang luas atau plaza yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan tersebut selain dapat juga sebagai bentuk suasana yang khas pada pusat perbelanjaan tersebut.

Jadi memang kebutuhan untuk perbelanjaan mulai bergeser, dari sistem lama, seperti shopping street dan pasar tradisional mulai ditinggalkan. Sekarang orang mulai beralih untuk pusat-pusat perbelanjaan modern yang tidak hanya menawarkan kelengkapan tetapi juga kenyamanan, keamanan, kemudahan serta efektivitas yang lebih tinggi.

1.1.4 Pengembangan Fasilitas Ruang Publik dan Hiburan dalam Kota

Semakin terus berkembangya kota Cilacap sendiri sebagai sentral industri di selatan Jawa Tengah, maka akan terus bertambah pula kegiatan-kegiatan di dalam kota sendiri.

Disini tak lepas dari fasilitas hiburan di dalam kota sendiri semacam bioskop, yang ada sekarang ini dengan kondisi kurang memadai baik segi kualitas bangunan maupun kenyamanan pengunjung. Selain bisa untuk rekreasi ataupun hiburan di dalam kota dari aktivitas keseharian penduduk kota. Sehingga diharapkan orang-orang di dalam kota yang menuntut kehidupan yang semakin praktis yang merupakan ciri dari kehidupan modern, dari berbelanja bermacam kebutuhan, istirahat dan bersantap di resto atu kafe dan mengisi hiburan dengan menonton film di bioskop memungkinkan di lakukan di dalam satu gedung.

Juga untuk saat ini ruang-ruang luas atau plaza yang ada sebagai alternatif warga untuk bersantai atau mencari hiburan masih terbatas pada taman-taman kota atau alun-alun kota, sehingga perlu juga alternatif baru berupa ruang-ruang terbuka lainnya yang bisa menuntut kebutuhan tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

1.2.1 Area Problem

Fasilitas belanja dan juga rekreasi dalam kota terletak memusat di kawasan perdagangan lama atau yang berada di selatan kota Cilacap. Disini pemerintah daerah tetap mengkonsentrasikan kawasan perdagangan terletak dibagian selatan dengan penyebarannya kearah utara, yang dalam rencana diplot sebagai daerah campuran. Pengembangan ini diharapkan senagai titik tumbuh terjadinya pusat wilayah kota yang direncanakan.

Kenyataanya, untuk kawasan yang ada walaupun sudah cukup lengkap tetapi masih sangat kurang dalam hal kualitas, ini terlihat dari bentuk pertokoan dan fasilitas hiburan dalam kota dalam hal ini bioskop. Jadi bisa dikatakan pertokoan di sana masih sangat monoton.

Jadi, kehadiran pusat belanja dan hiburan modern ini mampu memenuhi tuntutan perkembangan kegiatan belanja dan hiburan dalam kota untuk saat ini.

Selain itu juga dapat memenuhi daya tarik komersial pada area terbangun, dengan menampilkan bentuk arsitekturnya. Sebagai sistem yang relatif baru untuk pusat belanja dan hiburan untuk warga kota ini dengan menampilkan unsur arsitektur modern dari fasade, interior, juga keberadaan ruang-ruang luas atau plaza sebagai alternatf baru bagi warga untuk mencari hiburan atau rekreasi, dan juga dapat menampilkan citra kota yang terletak di tepi pantai dengan disain tersendiri seperti misalnya mengambil bentuk shell atau kerang pada bentuk atap.

1.2.2 Permasalahan

A. Umum

Bagaimana pusat perbelanjaan ini menjadi alternatif baru bagi warga kota Cilacap khususnya sehingga dapat mewadahi tuntutan kegiatan belanja terutama dari kualitas dan fasilitas pada sistem perbelanjaan modern ini.

B. Khusus

- Bagaimana pusat belanja ini dapat menjadi alternatif baru sebagai tempat hiburan dan rekreasi melalui ungkapan khas pada ruang publiknya.
- Bagaimana pusat perbelanjaan ini dapat menambah daya tarik karakter citra kota Cilacap sebagai kota di tepi pantai.

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Dapat sebagai bentuk upaya pengembangan pusat perbelanjaan, sebagai pola baru yang merupakan gabungan dari tempat berbelanja dan juga sekaligus tempat hiburan sehingga dapat membuat suasana yang 'baru', untuk menambah daya tarik serta efektifitas pada pusat perbelanjaan.

1.3.2 Sasaran

a. Konsep perencanaan dan perancangan yang dapat menjadikan wadah kegiatan berbelanja dan juga sebagai tempat hiburan bagi warga kota Cilacap khususnya.

b. Konsep perencanaan dan perancangan pengembangan pusat perbelanjaan ini sehingga dapat sebagai alternatif baru dalam sektor perdagangan dan hiburan di kota Cilacap.

c. Konsep perencanaan dan perancangan bangunan tepi pantai (*waterfront*) sehingga dapat menambah daya tarik karakter kota Cilacap sebagai kota di tepi pantai.

d. Konsep perencanaan dan perancangan ruang-ruang publik sebagai salah satu alternatif tempat-tempat publik lain di kota dan juga dapat menjadikan sarana hiburan atau rekreasional bagi warga kota khususnya.

1.4 Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan akan dilakukan dalam disiplin ilmu arsitektur. Hal yang berkaitan pada studi perencanaan arsitektur dibahas dengan pendekatan dasar logika sederhana, untuk dapat memperkuat analisis dari sudut pandang arsitektur, seperti dapat menampilkan perencanaan bangunan arsitektur pada pusat belanja modern ini, merencanakan ruang-ruang publik baru dan dapat menampilkan ciri khas kota Cilacap sebagai kota di tepi pantai dengan pendekatan bentuk bangunan *waterfront*.

1.5 Metode Pembahasan

Mengidentifikasikan masalah yang dianggap relevan terhadap permasalahan arsitektur dengan cara mengumpulkan data antara lain dengan cara; studi literatur, data dari instansi terkait, survei/observasi, dan wawancara, sehingga dapat dilakukan pendekatan arsitektural dan menyusun konsep perancangan sebagai transformasi penerapan pemecahan masalah.

Tahap pertama adalah mempelajari kondisi kota sehingga dapat menyimpulkan kebutuhan ataupun kekurangan fasilitas ataupun kualitas yang ada melaui issue ataupun rencana-rencana kota Cilacap sendiri.

Tahap kedua adalah memperkirakan kondisi yang ada di wilayah kota untuk segi komersial dan kondisi perdagangan yang ada.

Tahap ke tiga adalah menentukan rancangan yang akan dibuat berupa pusat perbelanjaan berdasarkan pada identifikasi permasalahan yang ada.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I : Berisi latar belakang permasalahan, batasan pengertian, batasan, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, dan metode pembahasan.

BAB II : Berisi tentang tinjauan sektor perekonomian perdagangan, beserta sistem perwadahan dan jenis klasifikasi karakternya.

BAB III : Berisikan kondisi umum kota Cilacap, analisa mengenai sistem perbelanjaan di Cilacap sebagai karakter pembentuk.

BAB IV : Berisi pendekatan perencanaan dan perancangan yang sekaligus menerapkan konsep dasar perencanaan dan perancangan yang akan diambil.

1.7 Keaslian Penulisan

Dalam penulisan ini maka diperlukan tulisan-tulisan yang merencanakan tentang Pusat Perbelanjaan sebagai bahan pembanding atau referensi dalam tugas akhir ini dari permasalahan yang muncul sehingga dapat dilihat keaslian penulisan. Buku-buku yang digunakan sebagai bahan referensi tersebut adalah :

1. Judul : Shopping Mall di Semarang
   Karya : Deddy Rudyanto/88340022/TA/UII
   Permasalahan : Shopping Mall dapat menambah daya tarik karakter komersial area jl.Mataram-jl.A.Yani melalui pengaitan pola shopping street modern yang mewadahi sektor informal dan formal pada shopping mall.
2. Judul : Shopping Center di Madiun
   Pendekatan perancangan dengan preseden arsitektur di Jawa Timur
   Karya : Marsudi Yuwono/89340012/TA/UII
   Permasalahan : Bentuk kontekstual kehadiran shopping center baru di Madiun sebagai pusat kegiatan komersial dengan pusat-pusat kegiatan lingkungan yang yang lain

sehingga menjadi pusat kegiatan yang berwawasan lingkungan, dan desain ungkapan fisiknya pada bentuk bangunan di Jawa Timur.

BAB II

BAB II
PUSAT PERBELANJAAN
TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN BANGUNAN WATERFRONT

2.1 Tinjauan Pusat Perbelanjaan

2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan

Dalam pengertian secara umum pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operating unit*), yang berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit-unit tersebut. Unit-unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran dari toko-toko tersebut (*Urban Land Institut, 1977*).

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempatselain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi (*Bendington, 1982*).

Sedangkan pengertian yang lain pusat perbelanjaan selain sebagai fasilitas pusat jual beli juga harus dapat memperkaya kehidupan jalan tersebut atau daya tarik komersial, dapat sebagai citra kota atau landmark, dapat mengalihkan arus lalu lintas, dapat menciptakan taman-taman baru dan dapat menyediakan akses yang bersifat rekreasional (*Glossing, David & Barry Maitland, 1976*).

Pengertian yang lain menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuannya adalah memetik keuntungan (*Gruen, Victor, 1973).*

2.1.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

a. Berdasarkan skala pelayanan

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi tiga tingkatan, (*Gruen, Victor,1960)*, yaitu :

1. Pusat Pelayanan Lokal (*Neighbourhood Center*)

   Jangkauan pelayanan antara 5000-40000 penduduk (skala lingkungan). Luas area berkisar antara 30000-100000 sq ft (2787-9290 m2). Disini unit terbesar berbentuk s*upermarket*.

2. Pusat Perbelanjaan Distrik (*community Center*)

   Jangkauan pelayanan antara 40000-150000 penduduk (skala wilayah). Luas area berkisar antara 100000-300000 sq ft (9290-27870 m2). Disini unit unitnya seperti *Junior supermarket* dan *Department Store*.

3. Pusat Perbelanjaan Regional (*Main Center*)

   Jangkauan Pelayanan antara 150000-400000 sq ft (27870-92990 m2). Terdiri dari dua atau lebih *Department Store*.

b. Berdasarkan bentuk fisik

Pusat perbelanjaan disini dapat digolongkan menjadi tujuh bentuk, (*Bendington, 1982*), yaitu:

1. *Shopping Street*

   Area jual beli yang berderet di sepanjang jalan.

2. *Shopping Center*

   Komplek pertokoan yang terdiri dari dari stan-stan toko yang disewakan atau dijual.

3. *Shopping Precint*

   Komplek pertokoan yang pada bagian depan stand (area jual beli) menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari segala macam kendaran.

4. *Supermarket*

   Merupakan area jual beli yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan sisitem pelayanan selservice dan area penjualan bahan makanan tidak melebihi 15% dari seluruh area penjualan. Luasnya berkisar antara 1000-2500 m2.

5. *Department Store*

Merupakan suatu area jual beli yang besar, yang basanya terdiri dari lebih satu lantai yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang-barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10000-20000 m2.

6. *Department Sore* dan *Supermarket*

Merupakan bentuk-bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai, yang merupakan gabungan dari kedua jenis perbelanjaan tersebut.

7. *Superstore*

Merupakan area jual beli satu lantai yang menjual macam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem pelayanan self-service. Luasnya berkisar antara 5000-7000 m2, dengan luas area penjualan minimum 2500m2.

Dan sekarang ini muncul jenis klasifikasi *Hypermarket*, didefinisikan sebagai sebuah toko besar yang menjual berbagai macam barang dengan ragam yang amat luas. Karena tingginya tingkat keragaman barang yang disediakan, maka kebutuhan ruang yang lebih luas, antara 10000-20000 m2 (*First Pacific Davies Indonesia*, 1996).

c. Berdasarkan kuantitas barang yang dijual

1. Pusat Grosir

Area jual-beli yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang-barang tersebut biasanya ditempat lain dan yang terdapat di toko-toko hanya sebagai contohnya saja.

2. Penjualan eceran (ritel)

Area jual beli yang menjual barang yang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Sealin itu toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang lebih tinggi.

2.2 Tinjauan Fasilitas Rekreasi

2.2.1 Pengertian Rekreasi

a. Pengertian Umum Rekreasi

Kata rekreasi berasal dari bahasa Inggris, berasal dari kata *recreation*, yang bila dijabarkan menjadi *re* berarti mengembalikan dan kata *create* berarti menciptakan. Jadi menurut kata asal rekreasi berarti mengembalikan kreasi atau daya cipta. Sedangkan menurut kamus umum bahasa Indonesia rekreasi berarti bersenang, senang, mencipta lagi.

Pengertian umum mengenai rekreasi adalah kegiatan manusia untuk mendapatkan suasana yang menyenangkan di luar hal-hal yang rutin yang menjemukan yang dialaminya setiap hari (*Hendra, 1985*).

Pengertian lain rekreasi adalah semua kegiatan yang dilakukan selama waktu senggang, baik secara individu maupun kolektif, bersifat bebas, menyenangkan, sehingga orang cenderung untuk melakukannya. Rekreasi meliputi permainan, pertandingan, olah raga, santai, kesenian, penyaluran hobi. Kegiatan ini dapat diikuti oleh semua orang dari semua kelompok umur. Rekreasi merupakan suatu kegiatan khusus yang ditentukan oleh elemen waktu, sikap seseorang dan lingkungan (*Pratt, 1987*).

Selain itu pengertian rekreasi juga suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dimana kegiatan tersebut adalah kegiatan pilihannya dan mendatangkan kepuasan. Sikap kegiatan rekreasi yang bersangkutan dengan pribadi seseorang sama beragamnya dengan minat seseorang (*Butler, 1959*).

2.2.2 Klasifikasi Kegiatan Rekreasi

a. Karakteristik secara umum

Rekreasi secara umum mempunyai karakteristik yang terdiri dari :

1. *Aktivitas* : dilakukan tanpa paksaan, menimbulkan kesenangan dan kepuasan.
2. *Waktu* : dilakukan diwaktu luang.

3. *Pengalaman* : dirasakan secara psikologis (merasa senang, puas dan segar kembali, jasmani dan rohani)
4. *Tujuan* : rekreasi memberikan hasil yang produktif dan kreatif.
5. *Pelaku* : semua dapat melakukan

b. Berdasarkan sifat kegiatan

1. *Entertainment/kesukaan* : restoran, cafetaria, snack bar.
2. *Amusement/kesenangan* : bioskop, nightclub, art gallery, concert, teathre.
3. *Rekreation/bermain dan hiburan* : bowling, billyard, taman
4. *Relaxtion/santai* : taman kota, swimming pool, cottage beach

c. Berdasarkan jenis kegiatan

Berdasarkan dalam jenis kegiatan 'rekreasi' dibagi menjadi dua, yaitu rekerasi yang bersifat *aktif* dan yang persifat *pasif.* Rekrasi Aktif adalah ekreasi yang disertai dengan aktif (orang yang melakukan turut serta dalam kegiatan obyek), misal : Olah raga. Rekreasi Pasif yaitu rekreasi yang dilakukan dengan tidak melibatkan diri dengan kegiatan obyek, misal:melihat pemandangan, menonton bioskop.

d. Berdasarkan wadah kegiatan

Rekreasi rertutup: kegiatan dilakukan di dalam ruang.

Rekreasi terbuka: Kegiatan dilakukan di luar ruang.

e. Berdasarkan pola kegiatan

Berdasarkan pola kegiatan 'rekreasi' dibedakan menjadi tiga yaitu rekreasi bersifat *massal*, *kelompok kecil* dan *perorangan.* Kegiatan rekreasi yang bersifat massal meisalnya pertunjukan film, *concert.* Untuk yang berbentuk kelompok kecil misalnya permainan billyard, golf. Sedangkan yang bersifat perorangan misalnya bowling.

f. Berdasarkan obyek

Rekreasi yang berdasarkan sifat obyeknya dibagi menjadi tiga yaitu obyek *budaya*, *buatan*, dan *alam.* Obyek budaya adalah karakter atau kekayaan suatu daerah atau lingkungan setempat yang bisa untuk ber-rekreasi. Obyek buatan adalah bentuk sarana rekreasi yang di buat atau dikembangkan oleh manusia dengan menampilkan fasilitas-fasilitas tertentu.

Obyek alam adalah obyek rekreasi yang berasal dari alam seperti pegunungan, pantai.

2.3 Tinjauan Ruang Publik

2.3.1 Pengertian Ruang Publik

Menurut pengertian secara umum ruang publik adalah suatu area dimana tempat orang-orang berkumpul, dan kadang kadang bisa membentuk community center. Beberapa ruang publik seperti taman misalnya menggabungkan taman kedalamnya tempat community center atau recreation building berdekatan dengan kolam besar atau semacam danau buatan. Pada kenyataannya bisa menjadi suatu landmark pada kawasan tertentu (*Kendall, 1975*).

2.3.2 Klasifikasi Pada Ruang Publik

Pada ruang publik diklasifikasikan menjadi beberapa bagian menurut fungsi dan bentuk atau elemen dari area publik itu sendiri, yaitu:

1. *Garden*

Taman-taman di kawasan perkotaan, menggunakan elemen vegetasi dalam penataannya, biasanya di gunakan untuk sarana rekreasi, bisa digabung dengan kolam besar atau danau buatan, biasanya terletak di pusat kota yang diperuuntukkan untuk paru-paru kota dalam menekan polusi dari kendaraan (*Kendall, 1975*).

2. *Plaza*

Ruang luas dan terbuka, tempat berkumpul orang-orang baik sekedar untuk rekreasi atau istirahat bila terletak di kawasan tengah kota, dan biasanya menjadi landmark daerah setempat.

3.*Mall Court*

Ruang luas atau kosong disepanjang daerah pertokoan. Mall court dapat memberi keuntungan seperti memberikan suatu area yang menarik dan menanggulangi monotonitas, dapat menekankan suatu area dan menarik pembelanja kearah yang diinginkan, dapat digunakan untuk spesial events,

dan dapat digunakan untuk kios-kios, baik semi-permanen maupun temporer (*Saifullah, 1992*).

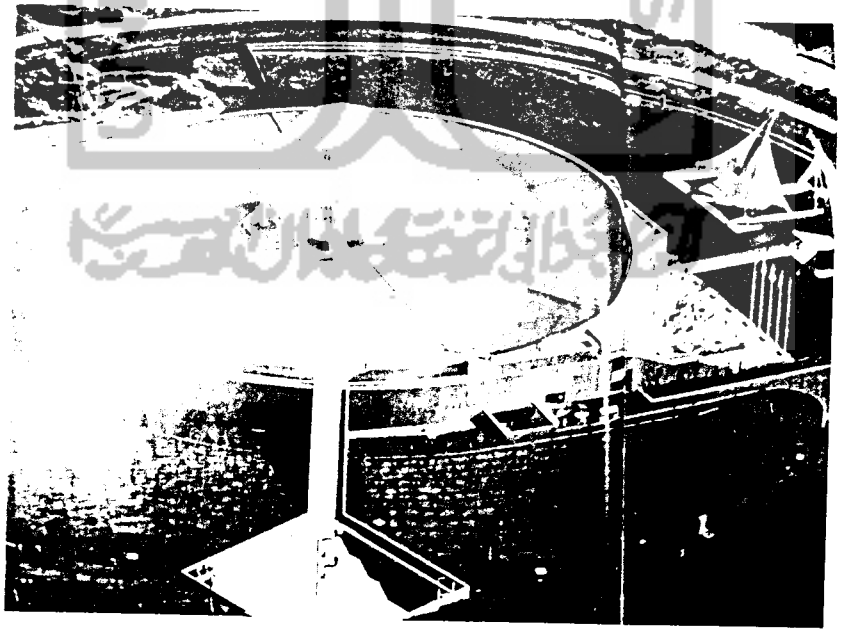
2.4 Tinjauan Bangunan Waterfront

2.4.1 Pengertian Waterfront

Pengertian umum dari *waterfront* adalah kegiatan yang dikembangkan pada kawasan di tepi air. Fungsi yang dikembangkan pada fasilitas di tepian air dapat meliputi fungsi seperti transportasi dengan sarana dan prasarana pendukungnya, marina dengan segala fasilitasnya, fasilitas dan jasa ekonomi, fasilitas perindustrian, fasilitas perkantoran, perumahan hunian, *apartment*, sarana pendidikan, shopping center, rekreasi, *waterpark*, *sport club*, cagar alam, dan cagar budaya. Area *waterfront* ini lebih menguntungkan bila mempunyai fungsi kegiatan campuran atau *multi use development* (Suselo, *Hendropranoto & Totok Priyanto, 1993*).

2.4.2 Klasifikasi Pada Bangunan *Waterfront*

Aktivitas yang dapat ditampung pada fasilitas *waterfront* dapat dikategorikan menjadi 6 bagian (*Breen, Ann & Dick Rigby, 1994*), yaitu:



Gambar: 2.1 *Tokyo Sea Life Park, Japan*

sumber : Aquascape, Water in Japanesse Landscape Architecture

a. *Cultural Waterfront*

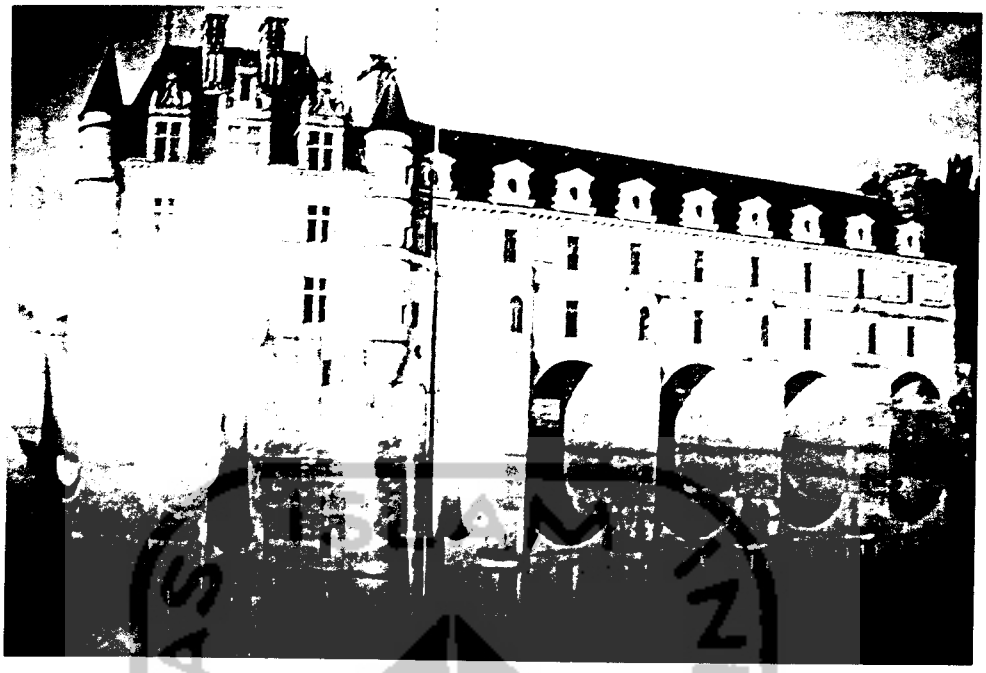
Cultural waterfront adalah merupakan fasilitas kawasan tepian air yang mewadahi aktifitas budaya, pendidikan dan ilmu pengetahuan. Fasilitas yang dibangun misalnya pada aquarium dan hutan buatan pada baltimore waterfront dan Monterey California, Riverfront Plaza dengan Clupture di Detroit, serta waterfront dengan program-program acara khusus di Ontario, Canada.

b. *Environment Waterfront*

Environment waterfront adalah kawasan tepi air yang memanfaatkan keaslian dan potensi lingkungan alam disekelilingnya. Lingkungan alam yang ditampilkan misalnya pada hutan Lake Forest, Illoniois dan rawa-rawa serta sungai di Portland dan New Jersey. Pemanfaatannya fasilitas pedestrian, area piknik, taman bermain, misalnya di Corpus Christy, Texas. Kegiatan environmental waterfront tidak melulu menampilkan potensi alami kawasan, melainkan juga kegiatan pelestarian dan perbaikan lingkungan alami yang mengalami degradasi lingkungan.

c. *Historical Waterfront*

Historical waterfront biasanya merupakan usaha untuk melestarikan, memperbaiki, dan mengembalikan warisan sejarah di suatu kawasan tepian air. Warisan yang dilestarikan misalnya pada dermaga tua seperti di Baltimore dan Boston, Museum kapal di Galveston, bendungan dan jembatan tua di Pensylvania, bangunan tua di New Orleans, serta jalur transportasi tua di sepanjang tepian perairan di Seattle, Washington.

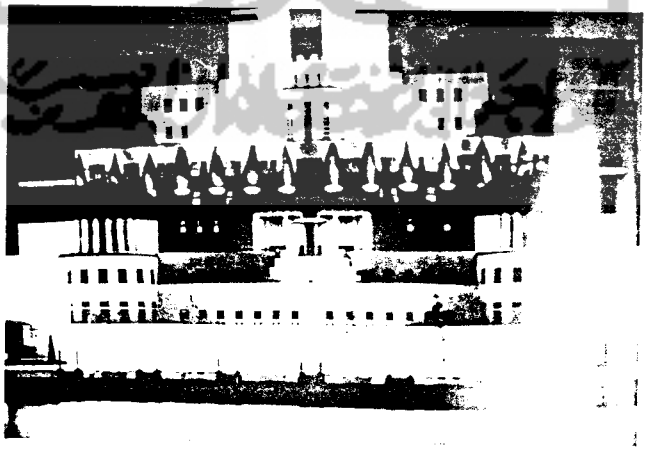


Gambar: 2.2 *Cheteau d che Nonceaux and The River Cher, France*

Sumber : Water and Architecture

d. *Mixed Use Waterfront*

Tipe ini adalah fasilitas waterfront yang paling umum, dengan fungsi pendukung kegiatan yang beraneka ragam. Kawasan tepi air jenis ini bisa menggabungkan fungsi perdagangan, perumahan, rekreasi, perkantoran, transportasi, wisata dan olah raga. Yang menarik dari perkembangan mixed



Gambar 2.3 Perkantoran&Hiburan, London, Inggris

Sumber : Water and Architecture

use waterfront adalah fenomena berkembangnya festival market place (pasar festival) sejak tahun 1970. Festival market place ini dianggap fasilitas baru yang positif, happening in the city. Festival ini didirikan di kawasan tepan air untuk menampung kegiatan-kegiatan performansi di sela-sela kegiatan pasar.

e. *Residental Waterfront*

Residental waterfront merupakan kawasan tepi air dengan fasilitas perumahan sebagai fungsi utama. Fasilitas yang dibangun dapat berupa perumahan nelayan, *apartment*, *townhouse*, *flat*, *row house*, atau *villa* dengan fungsi-fungsi pendukung seperti fasilitas olah raga, pertokoan, rekreasi, dan fasilitas kesehatan.

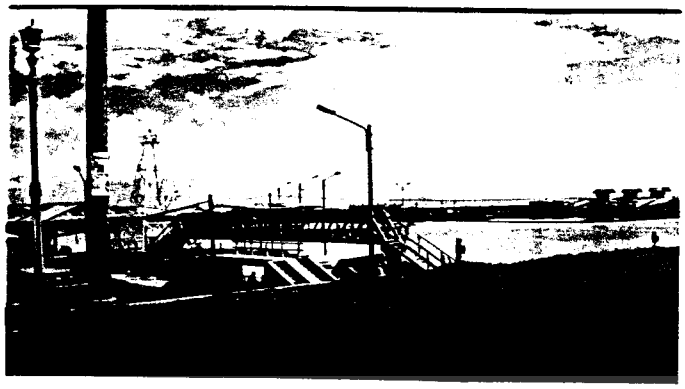


Gambar 2.4 *El Port de la Selva, Givana, Spain*

Sumber : Urban Architecture

f. *Working Waterfront*

Working waterfront adalah merupakan kawasan tepi air yang menampilkan aktivitas pekerjaan di dalamnya. Aktivitas yang ditampilkan antara lain yang berhubungan dengan kegiatan perikanan, seperti penangkapan, penyimpanan dan pengolahan. Selain itu aktivitas pembuatan kapal dan terminal angkutan air menjadi ciri suatu kawasan tepian air.



Gambar 2.5 Kawasan Pelabuhan Perikanan Cilacap

sumber: Pengamatan

2.5 Penampilan Bangunan

2.5.1 Studi Pusat Perbelanjaan

Semakin berkembangnya perdagangan dari kegiatan maupun perilaku dari masyarakat sehingga perlu direncanakan pula suatu pusat perbelanjaan yang tidak hanya mengakomodasikan kegiatan perdagangan, namun juga dapat menyajikan suasana yang relatif baru pada daerah setempat juga yang bersifat khas, menarik sekaligus informatif dan dapat menjadi simbol, tentu dengan *building performance* yang sesuai dengan kecenderungan masyarakat pengunjung.

Untuk mendapatkan arah pembentukan karakter menuju perwujudan bentuk sebuah pusat perbelanjaan di Cilacap, dapat melalui metode penilaian kualitatif. Studi penilaian kualitatif dapat dilakukan pada beberapa obyek, dan pemlihan obyek bertitik tolak pada latar belakang permasalahan. Studi dibatasi pada pengamatan dari sitim zoning, tampilan bangunan dan karakter citra bangunan, yaitu:

1. Dalam konteks fungsional, dipilih pusat perbelanjaan yang memiliki unsur kegiatan belanja modern, rekreasi atau hiburan, dan juga dapat menjadi landmark daerah berdirinya pusat belanja tersebut, untuk memperoleh karakter pusat perbelanjaan yang sesuai bagi pusat perbelanjaan.

2. Dalam konteks lingkungan, dipilih pusat perbelanjaan yang terletak di pusat kota untuk melihat karakter pusat perbelanjaan.

Jadi bahwa karakter suatu pusat perbelanjaan harus terbentuk berdasarkan karakter atau citra dari pola kegiatan dan kecenderungan masyarakat. Walaupun karakter wadahnya sendiri sudah mencerminkan pola kegiatan di dalamnya.

2.5.2 Kondisi Pusat Perbelanjaan yang Ada

a. *Rita Dept. Store*, Jl. A. Yani Cilacap

Area perbelanjaan tiga lantai dengan skala pelayanan lokal.



Gambar 2.6 Rita Dept. Store Cilacap

Sumber : Pengamatan

1. Sistem peruangan

Fungsi-fungsi dipisahkan oleh perbedaan lantai dan bagian-bagian stand atau counter dikelompkkan dan dipisahkan ileh partisi dan dinding kaca.

2. Tampilan bangunan dan ruang

Bangunan berpenampilan modern, fasade terdiri dari sebagian besar bahan kaca atau dilapisi bahan yang memantulkan cahaya. Interior tidak berbeda dengan pusat pertokoan atau department store pada umumnya yaitu dengan ruang display, terbuka dan dicapai langsung dari halaman parkir.

3. Pengunjung (segmen)

Pengunjung cukup beragam dengan segmen terbesar dari klas sosial golongan menengah ke atas, dan segala golongan usia. Pengunjung berasal dari dalam kota Cilacap sendiri, dan frejuensi pengunjung lebih dari cukup.

Kegiatan sangat terbatas dan tidak terlalu variatif, hal ini disebabkan antara lain karena unitnya kecil, tidak ada ruang-ruang luas seperti untuk promosi, dan kurangnya unsur-unsur rekreatif.

b. *Malioboro Mall*, Jl. Malioboro Yogyakarta

Area perbelanjaan dengan tiga lantai ditambah upper groundfloor, dan fasilitas parkir pada basement, dengan skala pelayanan wilayah kota.



Gambar 2.7 Malioboro Mall Yogyakarta

Sumber : Pengamatan

1. Sistim peruangan

Fungsi fungsi area perbelanjaan tidak dibedakan berdasarkan lantai, jadi berdasarkan sistem sewa, sehingga siapa saja dapat menjual jenis produknya di setiap rung-ruang yang disewakan, kecuali pada anchor tenant perbedaan fungsi dibedakan berdasarkan lantai (Matahari dept. store).

2. Tampilan bangunan dan ruang

Bangunan berpenapilan modern, interior cukup ekslusif dengan penggunaan bahan-bahan mutu tinggi, dan penataannya bervariasi dan dirubah pada waktu-waktu tertentu. Untuk lantai pertama terdapat ruang luas yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi produk barang maupun jasa setiap waktu.

3. Pengunjung (segmen)

Pengunjung cukup beragam dengan segmen terbear dari kalangan menengah keatas, dan segala macam usia. Pengunjung dari daerah kotamadya sendiri dan daerah-daerah sekitar wilayah kota, dan frekuensi pengunjung sangat cukup dan padat pada even tertentu.

4. Citra yang menonjol akrab, efisien, inovatif, berkesan glamour dan rekreatif.

c. *Simpang Lima Plaza*, Semarang

Banguna tujuh lantai, komposisi unit e eran, dept. store, sarana rekreasi (resto, pujasera, arena bermain) dan ruang serba guna. Dilengkapi dengan eskalator dan elevator dan area parkor pada basement dan lantai tiga keatas pada tiap-tiap lantainya.



Gambar 2.8 Plaza Simpang Lima Semarang

Sumber : Pengamatan

1. Sistim peruangan

Fungsi-fungsi ditempatkan terpisah dengan fungsi yang tidak bertentangan dengan lantai yang sama. Alokasi mempertimbangkan keutuhan pencapaian,

tingkat privacy dan view. Zoning horisontal dengan koridor terpusat di atrium, sehingga secara keseluruhan sistim zoning ckup jelas dan efisien.

2. Tampilan bangunan dan ruang

Banguna bergaya modern dengan komposisi bentuk sangat variatif. Gubahan masa pola blok, kompak dan tampak menyatu. Detail diolah dinamis, sakla yang besar membuat banguna tersebut menonjol di kawasan simpang lima. Tatanan ruang luar cukup menarik dengan adanya vegetasi dan ruang duduk. Tampilan keseluruhan berkesan menonjol pada lingkungan sekitar, inovatif dan menampakkan unsur rekreatif.

3. Pola pengunjung dan aktifitas

Kelompok pengunjung terbesar adalah dari kelas sosial menengah ke atas dan kelompok remaja-dewasa. Pola aktivitas sangat variatif, frekuensi pengunjung cukup tinggi.

4. Citra yang menonjol adalah mencolok, inovatif, glamour dan rekreatif.

Dari hasil studi kualitatif komparatif diperoleh gambaran bahwa pengunjung tampak menyukai pola belanja modern yang nyaman dan rekreatif, selain itu menyukai suasana yang ramah dan akrab. Oleh karena itu pusat perbelanjaan hendaknya mampu menarik pengunjung dari segenap lapisan dan golongan selain dapat memberikan karakter rekreatif. Dan untuk kota dapat memberikan citra khusus suatu kota atau landmark pada daerah setempat, sehingga pada pusat perbelanjaan yang direncanakan di Cilacap ini, sebab dengan kesan dan suasana sedemikaian rupa maka pengunjung tidak akan merasa asing walau beru pertama berkunjung, sehingga mereka merasa diterima dan tidak segan untuk kembali lagi.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB III

BAB III
PUSAT PERBELANJAANN
SEBAGAI WADAH PERBELANJAAN MODERN, HIBURAN DAN PENDEKATAN PADA BANGUNAN WATERFRONT

3.1 Tinjauan Kota Cilacap

Kehadiran pusat perbelanjaan sebagai pola baru pada sistem perbelanjaan, tidak bisa lepas dari konteks eksternal, yaitu keberadaannya pada kawasan perdagangan kota dan keberadaan fasilitas komersial serupa.

3.1.1 Kondisi Umum

a. Fisik Kota

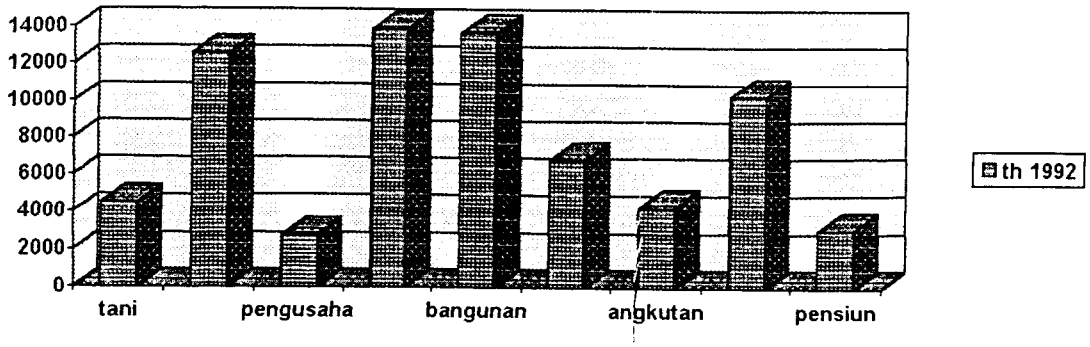
Secara Geografis, Kota Cilacap berada pada posisi 108° 4'30" sampai 109° 30'30" garis bujur timur dan 7° 45'20" sampai 7° 0'30" garis lintang selatan. Dan kotanya memiliki batas administrasi sebelah barat Kecamatan Kawunganten, sebelah utara Jeruklegi, sebelah timur Kecamatan Kesugihan dan sebelah selatan Samudra Indonesia, dan untuk kabupatennya sendiri mempunyai batas administrasi sebelah barat adalah propinsi Jawa Barat, sebelah utara Kabupaten Brebes dan Kabupaten Banyumas, dan sebelah timur Kabupaten Kebumen dengan luas wilayah kabupaten 2.142,57398 km2 dan Kota administratif seluas 5.018,04 ha.

Secara topografis, kota Cilacap terdiri dari dataran rendah dan daerah relatif rata dengan kemiringan 0-2%.

Secara klimatologis, Cilacap bertemperatur rata-rata suhu maksimum 30,03°C dan suhu udara minimum 23,40°C, dan kelembaban kota Cilacap 84%. Untuk kecepatan angin mencapai 4 knots dan arah angin 133°.

b. Penduduk

Jumlah penduduk di kabupaten Cilacap menurut perhitungan tahun 1994 berjumlah 1.526.986 jiwa dan untuk daerah kotatifnya berjumlah 209.378 jiwa. Pertumbuhan penduduknya sendiri mencapai 3,48% per tahun. Untuk bidang pekerjaannya di kotatif Cilacap sendiri dapat dilihat pada Grafik 1 dibawah ini.



Grafik 1: Penduduk Menurut Mata Pencaharian

sumber: Kompilasi Data Kab. Cilacap 1993/1994

3.1.2 Tinjauan Lokasi

Dalam penyususunan masterplan diharapkan dapat dicapai suatu kota sebagai berikut:

1. Perkembangan kota Cilacap secara optimum sebagai berikut:

a. Kota perdagangan regional, nasional dan internasional, dengan adanya Bonded Warehouse dan kota Cilacap sendiri sebagai pusat distribusi serta konsumsi.

b. Kota Industri Manufacturing (assembling) , dengan adanya industrial estate, oil refinery, cement pabric, dan industri-industri dan pertambangan yang lain.

2. Merencanakan kondisi kota yang memuaskan (dalam arti kata keindahan dan kekuatan) sesuai dengan potensi-potensi yang ada. Tujuan tersebut merupakan pegangan dalam pembangunan kota Cilacap yang diharapkan akan tercapai dalam periode 10 tahun mendatang. Berdasarkan RUTRK yang ada untuk kawasan perdagangan, jasa dan komersial sampai tahun 20004 direncanakan peruntukan lahan seluas 18,5 Ha.

3.1.3 Prinsip Pemilihan Lokasi

Lokasi yang dipilih disesuaikan dengan peruntukkan lahan yang telah ditentukan dalam rencana tata ruang kota dan pemerintah daerah. Pemilihan lokasi pada prinsipnya harus memperhatikan aksesibilitas ke site, kedekatan

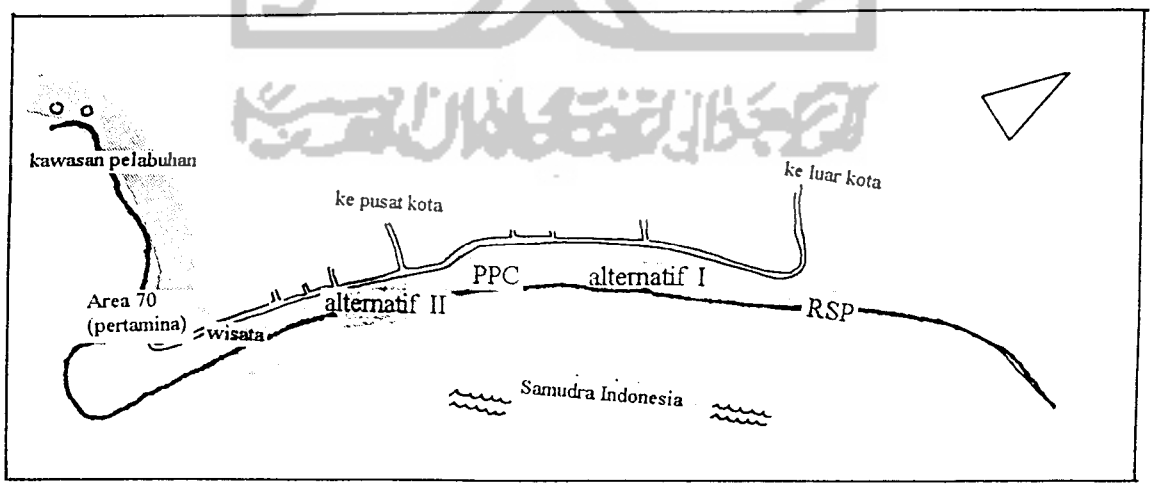
dengan fasilitas publik, nilai ekonomis (strategis lokasi) serta sesuai dengan peruntukkan lahan (*Hatteler, 1986*).

Pemilihan lokasi sangat penting guna menunjang kesuksesan sebuah bangunan komersial. Ada beberapa pertimbangan yang dilakukan dalam pemilihan lokasi yaitu lokasi yang direncanakan merupakan daerah yang menjadi pusat pertumbuhan baru kota Cilacap, kesesuaian dengan rencana atau tata ruang kota mengenai peruntukkan dan peraturan-peraturan yan mendasarinya, dan terdapat jaringan infrastruktur untuk memudahkan aksebilitas dan kelancarannya.

3.1.4 Alternatif Pemilihan Site

Berdasarkan kriteria-kriteria pada pemilihan lokasi tersebut, untuk lokasi yang mendekati dalam hal ini adalah pendekatan pada bangunan *waterfront* maka akan dipilih lokasi yang berada disekitar pantai Cilacap. Lokasi yang ada adalah jalan disepanjang pantai Cilacap, yaitu antara R.S Pertamina (RSP) - Pusat Perikanan Cilacap (PPC) atau antara PPC - Pantai Teluk Penyu/Benteng Pendem.

Untuk pilihan pertama (RSP-PPC) sepanjang kawasan ini banyak lahan kosong yang sebagian besar tumbuh ilalang atau rumput-rumputan dan ada beberapa industri yang berhubungan dengan perikanan, pencapaian baik.



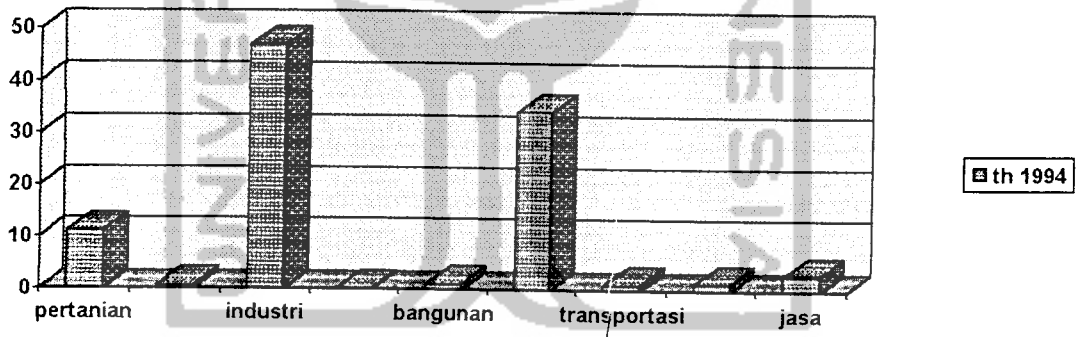
Gambar 3.1 Alternatif Site

Untuk pilihan kedua (PPC - Pantai Teluk Penyu), sepanjang kawasan ini banyak lahan kosong yang ditumbuhi rerumputan, daerah kawasan ini dekat dengan pusat kota dan wisata pencapaian baik.

3.2 Tinjauan Sektor Ekonomi dan Perdagangan di Cilacap

3.2.1 Tinjauan Sektor Ekonomi dan Perdagangan

Cilacap merupakan daerah industri untuk kawasan di sebelah selatan pulau Jawa yang sdang dikembangkan keberadaanya. Dalam sistem perwilayahannya sendiri dalam pembangunan di Jawa Tengah, Cilacap sendiri diarahkan menjadi pusat pertumbuhan Wilayah Pembangunan V dengan cakupan pada kabupaten-kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Kebumen, Purworejo, Banyumas, dan Cilacap sendiri. Dengan perkembanganya sektor pertumbuhan ekonomi di Cilacap cukup meningkat dengan dilihat bahwa sektor perdagangan menurut PDRB daerah menduduki peringkat dua, seperti pada grafik 2 dibawah ini.



Grafik 2 : Distribusi Prosentase PDRB Kab. Cilacap
sumber: PDRB Kab. Cilacap 1995

Dengan demikian dengan dilihat faktor pendapatan maka dapat diketahui dengan banyaknya sektor pekerja maka daya beli masyarakat setempat juga makin tinggi, dengan daya beli makin tinggi maka kebutuhan masyarakat juga menuntut pelayanan dan suasana yang lebih terjamin.

3.2.2 Tinjauan Sektor Perbelanjaan

Nilai kehidupan modern, membuat tuntutan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan semakin tinggi. Pada pusat perbelanjaan sendiri mempunyai beberapa karakteristik yang harus dipenuhi seperti pada pusat perbelanjaan modern daya tarik harus sudah dirasakan pengunjung sejak entrance (*Ia Vasser, 1992*).

Citra memiliki lingkup arsitektural dan fungsional. Citra dalam lingkup arsitektural adalah citra bangunan dari segi karakteristik arsitekturalnya, sedang citra fungsional adalah citra bangunan dari segi makna makna kegunaan yang dimilikinya.

Sebagai fasilitas komersial, pusat perbelanjaan memiliki citra arsitektural yang komersial (*Hoyt, 1978)*, yaitu:

1. Kejelasan (*clarity*)

Citra yang memberikan kejelasan bagi seseorang untuk mengenali suatu fasilitas dengan cepat (misalnya dapat menemukan pintu utama dengan cepat) dan merasakan aktivitasnya dari luar.

2. Kemencolokan (*boldness*)

Citra yang membuat orang segera mengenali suatu fasilitas dan mengingatnya dalam kenangan.

3. Keakraban (*intimacy*)

Citra yang membuat suasana kerasan bagi pengunjung atau pemakai ruang.

4. Fleksibilitas (*flexibility*)

Citra yang memungkinkan alih guna, alih citra, alih waktu, serta membawa pengunjung untuk senantiasa mencari dan mendapat apa yang dicari.

5. Kompleksitas (*complexity*)

Citra yang memberi kesan tidak monoton.

6. Efisiensi (*eficiency*)

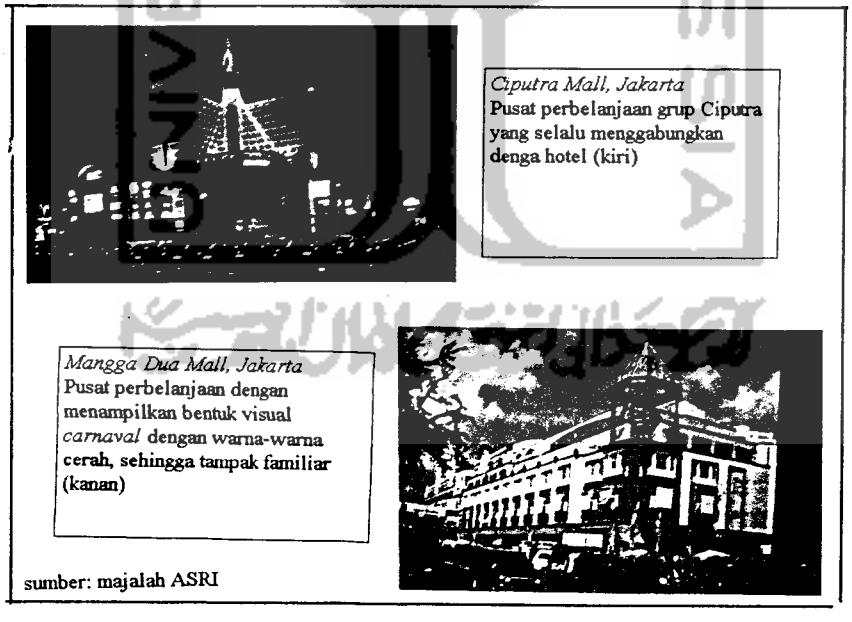
Citra penggunaan yang optimal dari setiap jengkal ruang dan setiap biaya yang dikeluarkan.

7. Kebaruan (*invetiveness*)

Citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik.

Selain itu terdapat citra lain yang diperoleh dari beberapa sumber antara lain glamour, bebas, dll. Dari segi makna kegunaan bangunan, bangunan komersial memilliki citra antara lain rekreatif, praktis.

Untuk mengkomunikasikan citra familiar secara tepat, harus diketahui segmen pengunjung dominan, yang akan menikmati pusat perbelanjaan tersebut natinnya. Citra familiar tidak identik dengan kesederhanaan, melainkan suatu citra pengunjung merasa kenal, akrab atau terbiasa dengan suasananya, bisa karena bentuk, suasana atupun faktor lain (*Loudon, David L, 1989).* Seperti pada contoh bangunan pusat belanja Mangga Dua Jakarta yang membentuk penampilan karnaval karena dengan 'wajah' mempunyai warna-warna yang cerah sehingga tampak famliar dengan pengunjung.



Gambar 3.2 Pusat Belanja

III.3 Analisa Klasifikasi Menentukan Pusat Perbelanjaan

III.3.1 Lokasi Pusat Perbelanjaan

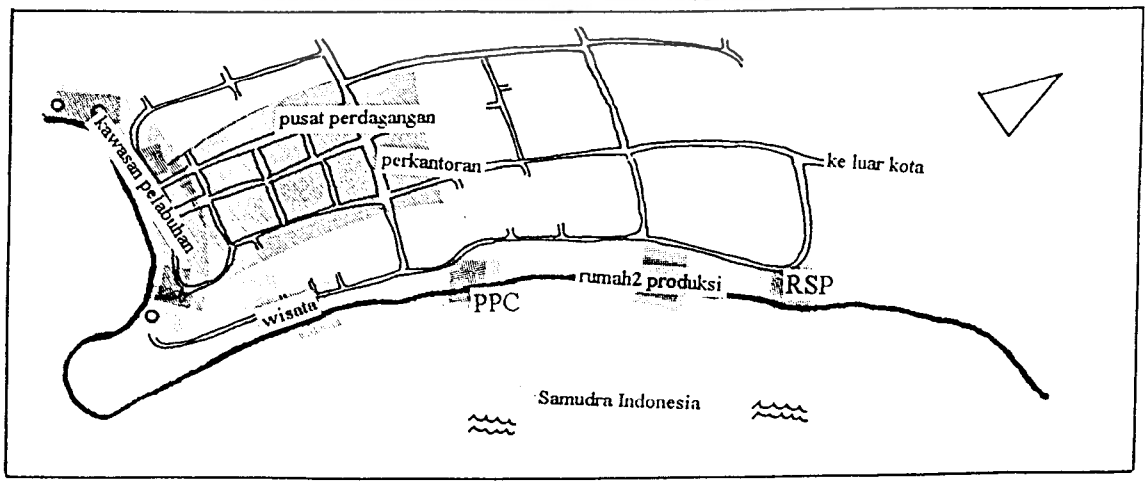
Dalam penentuan lokasi yang ditujukan untuk memecahkan masalah yang telah disebutkan pada pendahuluan, yaitu upaya membuat suatu rancangan pusat perbelanjaan sebagai wadah perbelanjaan modern juga rekreasi dan pendekatan pusat perbelanjaan pada bangunan waterfront untuk dapat membuat citra kota di tepi pantai.

Untuk itu lokasi yang akan dipilihadalah yang dapat memenuhi kriteria-kriteria pemilihan site : sesuai dengan rencana tata kota yaitu bagi kegiatan perdagagan atau daerah campuran, luasan yang memadai, aksebilitas yang baik, dan representatif atau kedekatan dengan pusat kegiatan, kedekatan dengan faslitas publik ataupun mempunyai nilai ekonomis (strategis lokasi).

Jadi pemilihan lokasi sangat penting guna menunjang kesuksesan bangunan komersial.

3.3.2 Analisa Site

Untuk pilihan I (RSP-PPC), untuk perencanaan kota baik dan luasan tanah yang ada lebih dari cukup, namun berdasarkan aksebilitas baik, kurang menguntungkan walaupun kondisi fisik jalan bagus tapi daerah ada beberapa rumah produksi perikanan sehingga jalan kadang terpakai aktivitasnya dan masalah udara kurang menguntungkan karena faktor bau dari produksi tersebut. Untuk strategis lokasi berdasarkan kepadatan kurang, karena berada di wilayah Cilacap utara yang kepadatan penduduk paling rendah.



Untuk pilihan II (PPC-Pantai Teluk Penyu), untuk perencanaan kota baik dan luasan tanah cukup, aksesibilitas cukup baik, keadaan berdasarkan strategis lokasi baik karena antara Cilacap selatan dan tengah yang mempunyai kepadatan penduduk relatif tinggi sebagai salah satu segmen pasar dan dekat dengan pusat kota.

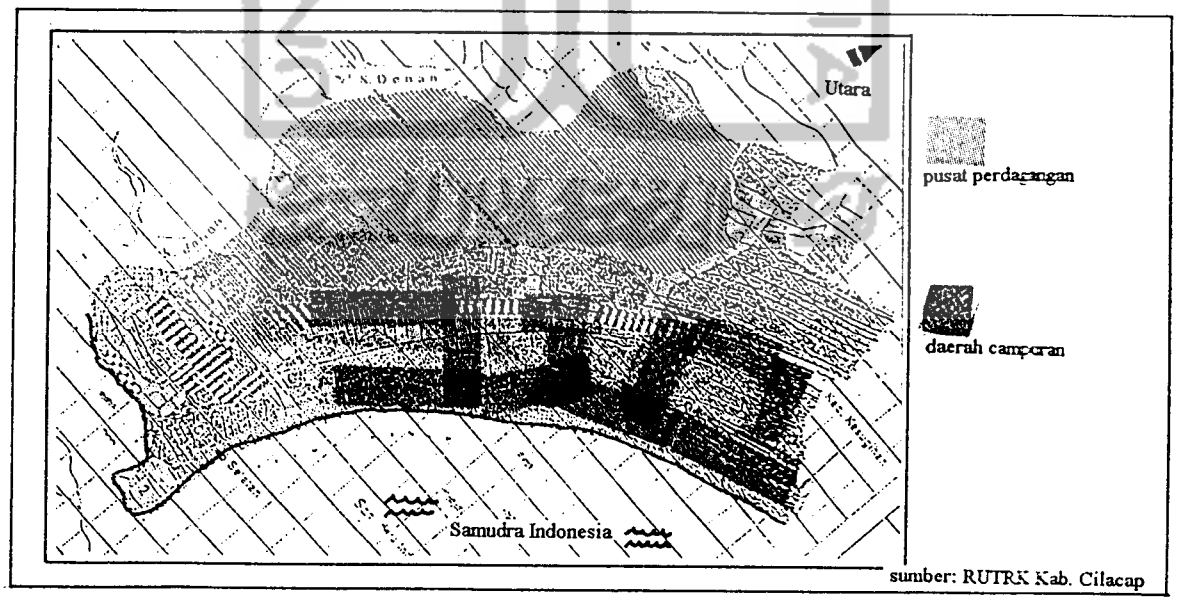
Berdasarkan penilaian, bobot tertinggi pada alternatif II yaitu kawasan antara Pelabuhan Perikanan Cilacap dengan Pantai wisata Teluk penyu dan Benteng Pendem.

3.3.3 Dasar Pemilihan

Dasar pemlihan disini adalah berdasarkan kriteria-kriteria seperti yang telah disebutkan diatas.

a. Sesuai dengan rencana tata kota

Disini di dalam tata ruang kota Cilacap sendiri disebutkan untuk pengembangan pada pusat kota sendiri akan tetap dipriotaskan di sekitar pusat kota yang terletak di wilayah bagian selatan kota dan dikembangkan menuju kearah kota. Tapi pada perencanaan tata guna tanahnya sendiri akan diplotkan pada daerah campuran yang ada.



Gambar 3.4 Rencana Tata Ruang Kota Cilacap

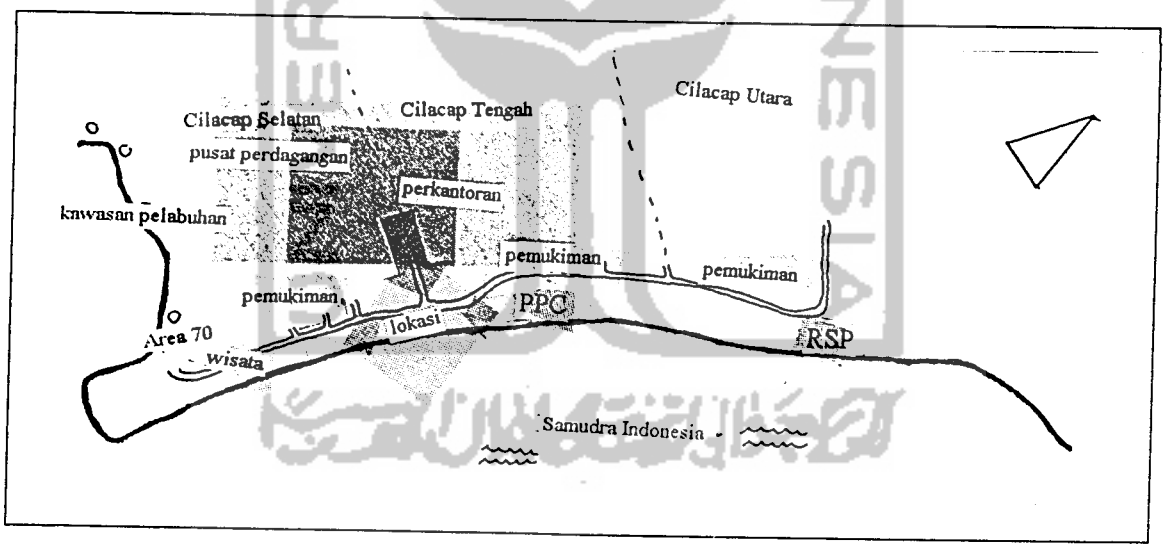
b. Luasan memadai

Untuk luasannya sendiri cukup memadai, dan memang untuk lokasi kedua yaitu antara Pusat Perikanan dan Wisata teluk Penyu itu memang lebih kecil dari pada lokasi pertama (50.000m2) yaitu sekitar 30.000m2, tapi mempunyai kelebihan kelebihan yang lain seperti akses maupun kedekatannya dengan pusat kegiatan.

c. Aksesibilitas yang baik

Dalam kriteria aksesibilitas yang baik ini banyak hal yang berkaitan dalam hal perancangan itu sendiri.

Dalam hal pencapaian itu sendiri pada lokasi terpilih dalam hal pencapaian sangat mudah, dan dapat dicapai dari tiga arah yaitu dari arah selatan dari sekitar kawasan wisata dan pemukiman yang berada di kawasan selatan, dari arah barat yaitu dari kawasan perkantoran ,perdagangan pusat pemerintahan yang sekaligus sebagai pusat kota, dan dari arah utara akses dari daerah pemukiman danperumahan-perumahan yang berada di bagian urtara kota.



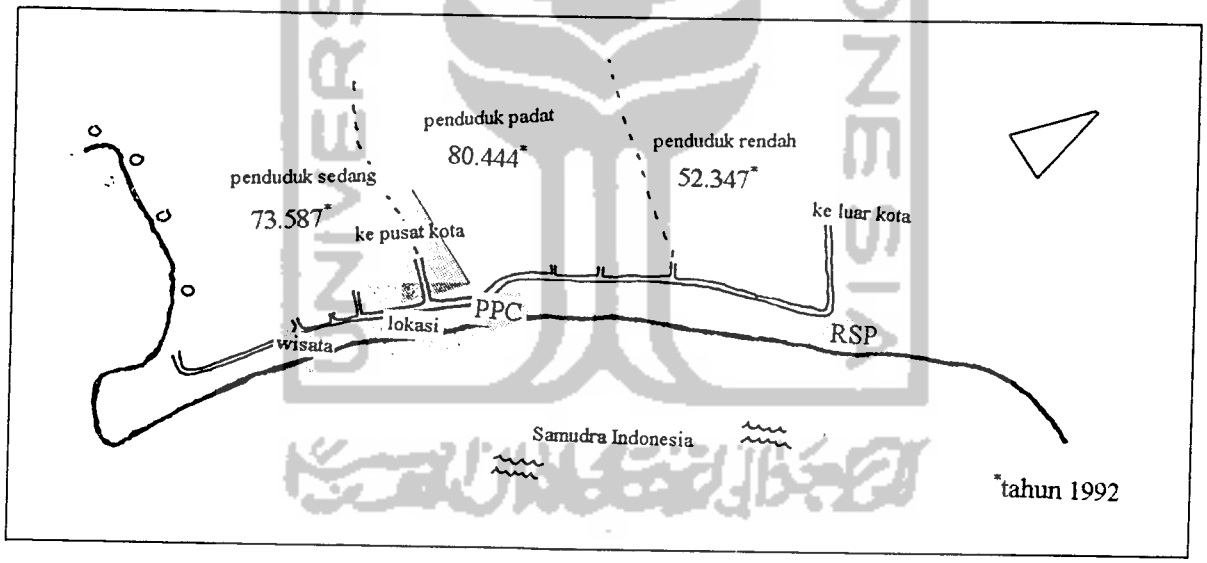
Gambar 3.5 Aksesibilitas Lokasi

Seperti dalam permasalahan pada pendahuluan, yaitu dapat menampilkan citra kota di tepi pantai, disini pada pendekatan penampilan bangunan *waterfront*. Dan memanfaatkan kekayaan alam berbentuk pantai ini yang akan dikembangkan pusat perbelanjaan di tepiannya. Dalam bentuk perencanaanya nanti sebagian besar akses view akan di arahkan kepantai sekaligus akan

memanfaatkan bentuk ruang -ruang publik pada pusat perbelanjaan ini sebagai fasiltas rekreasi dengan salah satu daya tarik pada pantai ini.

d. Lokasi Strategis

Dalam hal pemilihan lokasi terpilih ini kriteria lokasi yang presentatif juga merupakan salah satu alasan. Kedekatan pusat perbelanjaan dengan segmen pengunjung adalah salah satu daya tarik sendiri, juga dengan pusat kegiatan dimana orang-orang banyak berkumpul setiap hari. Pada lokasi terpilih yang terletak antara Cilacap selatan dan tengah, merupakan darerah-daerah yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup besar dibandingkan di kawasan sebelah utara. Didaerah sekitar ini juga merupakan pusat kegiatan perdagangan dan sekaligus pusat kota, juga merupakan pusat pemerintahan. Selain itu juga merupakan pusat perkantoran disekitar wilayah selatan dan tengah Cilacap ini. Dan secara tidak langsung lokasi ini juga dekat dengan daerah wisata dan kawasan pelabuhan yang merupakan pusat kegiatan kawasan pesisir pantai.



Gambar 3.6 Lokasi

III.4 Pola Sirkulasi

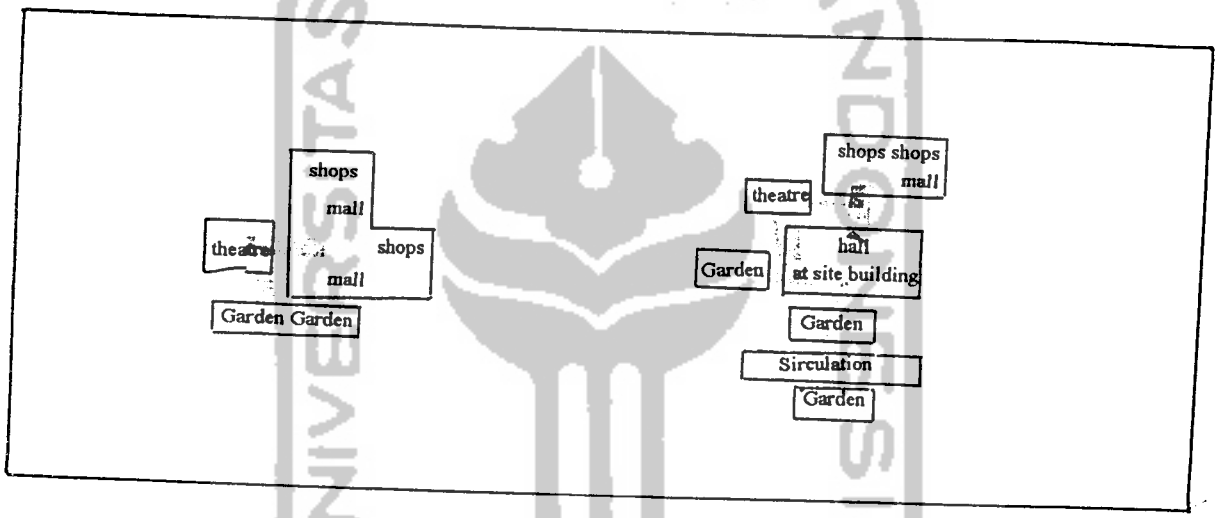
III.4.1 Hubungan Ruang dan Sirkulasi

Untuk memudahkan pencapaian ke seluruh bagian ruang kegiatan yaitu belanja, rekreasi atau mungkin pameran, diperlukan semacam suatu pola atau sistem pada sirkulasi sebagai penghubung antara bagian-bagian ruang. Selain

itu dengan pola sirkulasi yang baik akan memerlukan sedikit penunjuk arah atau bahkan tanpa penggunaan tanda penunjuk arah sama sekali pengunjung bisa mengerti.

Sebelumnya, dalam sistem peruangan pada sebuah pusat perbelanjaan sendiri dapat dibagi menjadi 4 bagian menurut fungsinya, yaitu:

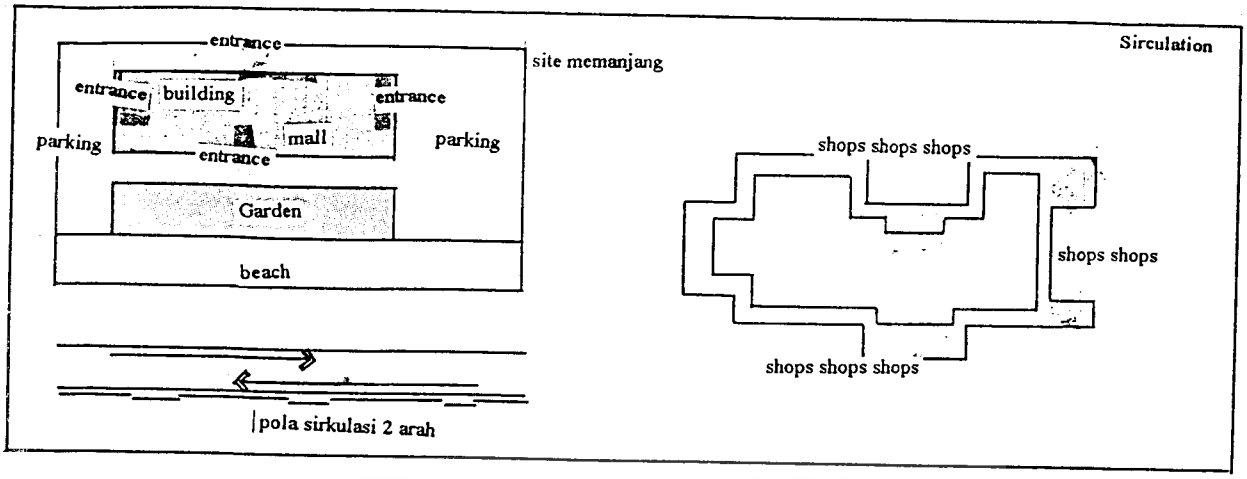
a. Kelompok ruang pembelanjaan
b. Kelompok ruang pelayanan rekreasi/hiburan/ruang publik
c. Kelompok ruang pelengkap (pengelola, security dll)
d. Kelompok ruang pendukung (parkir, lavatory, utility dll)



Gambar 3.7 Hubungan Ruang

3.4.2 Efektifitas Sirkulasi

Untuk efektifitas sirkulasi perlu dipertimbangannya terhadap jarak, arah dan kelancaran kegiatan. Karena bentuk site yang memanjang maka bentuk area selling yang mempengaruhi pola sirkulasi pada tiap lantai perlu diperhitungkan terutama untuk menghilangkan monotinitas yang ada karena arah linear tersebut.



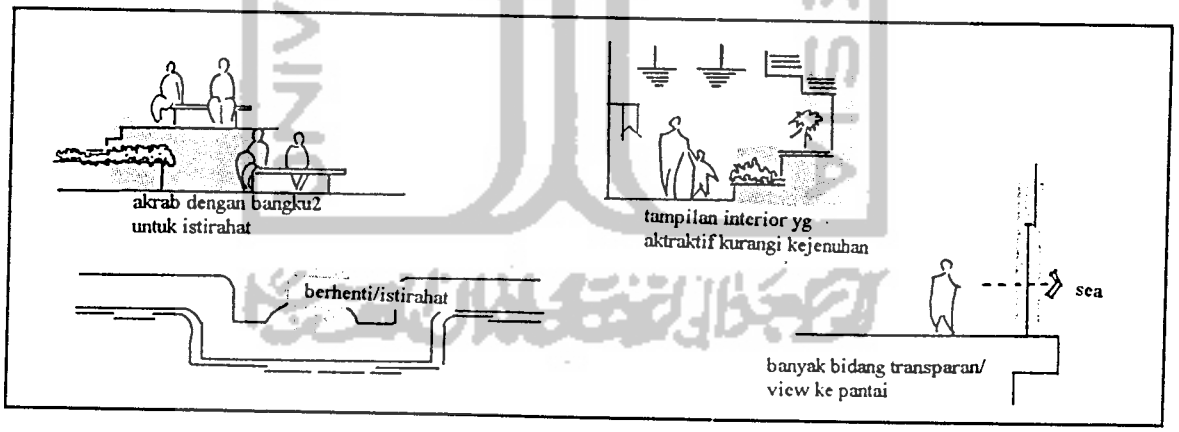
Gambar 3.8 Efektivitas Sirkulasi

3.5 Penampilan Bangunan

3.5.1 Analisis Karakter

Pendekatan karakter familiar ini, dilakukan melalui ekspresi visual ruang yang penting, dalam membentuk presepsi pengunjung.

Seleksi ruang penting dilakukan melalui penelusuran proses kegiatan pengamatan visual oleh pengunjung.



Gambar 3.9 Karakter Pembentuk

Skema tersebut meperlihatkan adanya dua ruang penting yang membentuk presepsi pengunjung, yaitu:

1. Mall

adalah ruang dengan tingkat aktivitas dan jumlah pelaku yang tinggi. Ruang ini akan sangat kuat membentuk presepsi pengunjung.

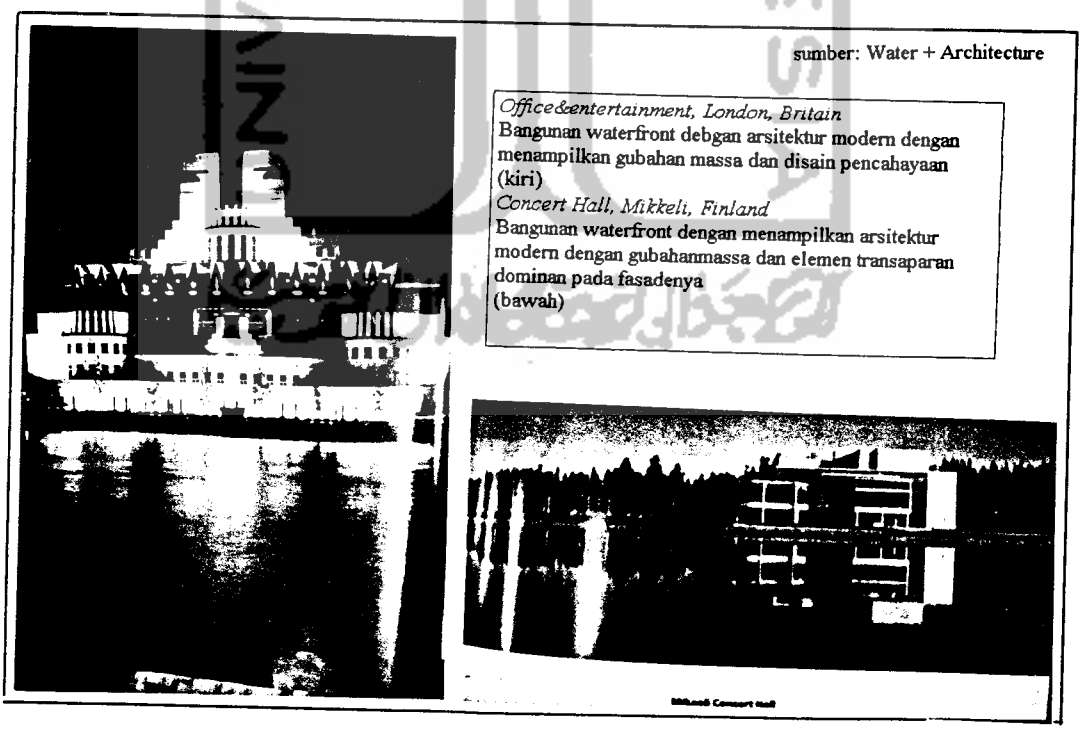
2. Tampilan bangunan

adalah unsur pembentuk kontak visual paling penting dengan pelaku, dimana presepsi yang terbentuk olehnya akan sangat menentukan keputusan pengunjung untuk berkunjung atau tidak.

Jadi eksterior bangunan yang menarik mudah mengingatkan pengunjung akan pusat perbelanjaan yang ada, walaupun mereka tidak berbelanja. Kreativitas dalam membangun tampak luar disain arsitektur pusat perbelanjaan, harus diimbangi dengan pengolahan ruang dalamnya, yang terkait dengan kenyamanan pengunjung. Sistem sirkulasi dan denah layout harus mampu ditransformasikan secara benar sehingga pengunjung dapat merasa nyaman dalam berbelanja.

3.5.2 Perbelanjaan Modern dan Hiburan

Bertolak dari tujuan merencanakan pusat perbelanjaan sebagai wadah perbelanjaan modern dan sekaligus hiburan, diperlukan analisa tentang kedua maksud disisni 'modern' dan 'hiburan' agar bisa menjadi batasan dalam penulisan ini.

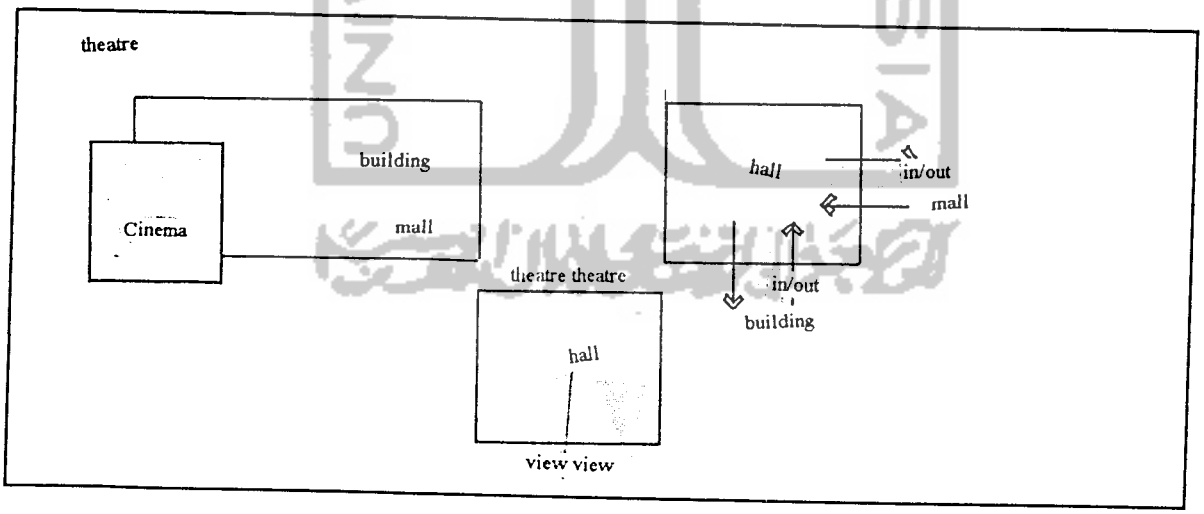


Gambar 3.10 Bangunan *Waterfront*

Modern dalam pusat perbelanjaan bisa berarti dari sistem perbelanjaan itu sendiri tentunya yang bukan tradisional, seperti pasar tradisional maupun dalam konteks modern berarti penampilan pada bangunannya. Pusat perbelanjaan modern disini memang dimaksukdkan untuk alternatif lain bagi warga yang memang belum terdapat sebuah pusat perbelanjaan yang bisa memadukan dengan karakter rekreatif. Tapi lebih penting disini batasan akan diperoleh dari segi penampilan bangunannya sendiri seperti bentuk penampilan atau fasadenya sendiri, bentuk atau bahan atap, permukaan fasade atau bahan dan penampilan interior sendiri yang juga merupakan salah satu ciri dari bangunan komersial sendiri seperti penampilan bentuk, assesoris, bahan dan sebagainya.

Hiburan atau yang bersifat rekreasional merupakan salah satu daya tarik btersendiri bagi sebuah pusat perbelanjaan dan bisa juga menjadi salah satu ciri khusus atau kelebihan tersendiri dari pusat perbelanjaan tersebut..

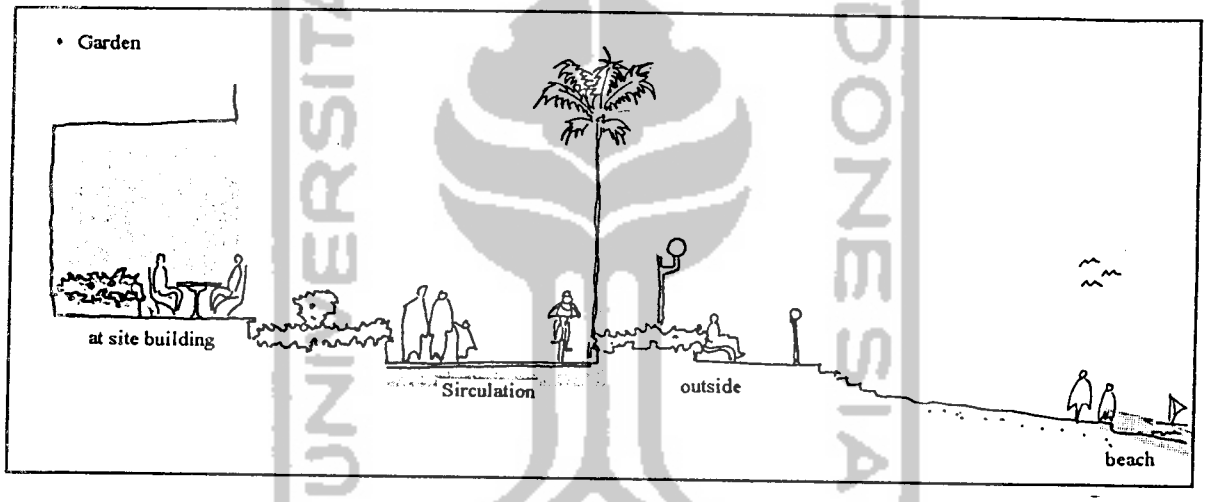
Dalam perencanaan pusat perbelanjaan disini sarana hiburan akan dibatasi pada fasilitas didalam banguan, pada sisi bangunan ataupun pada luar bangunan sendiri. Ruang-ruang hiburan biasanya merupakan suatu *public space* sehingga diperlukan suatu sirkulasi yang efektif terutama bila suatu *public space* tersebut berada di dalam bangunan sendiri.



Gambar 3.11 Analisa Bioskop terhadap bangunan

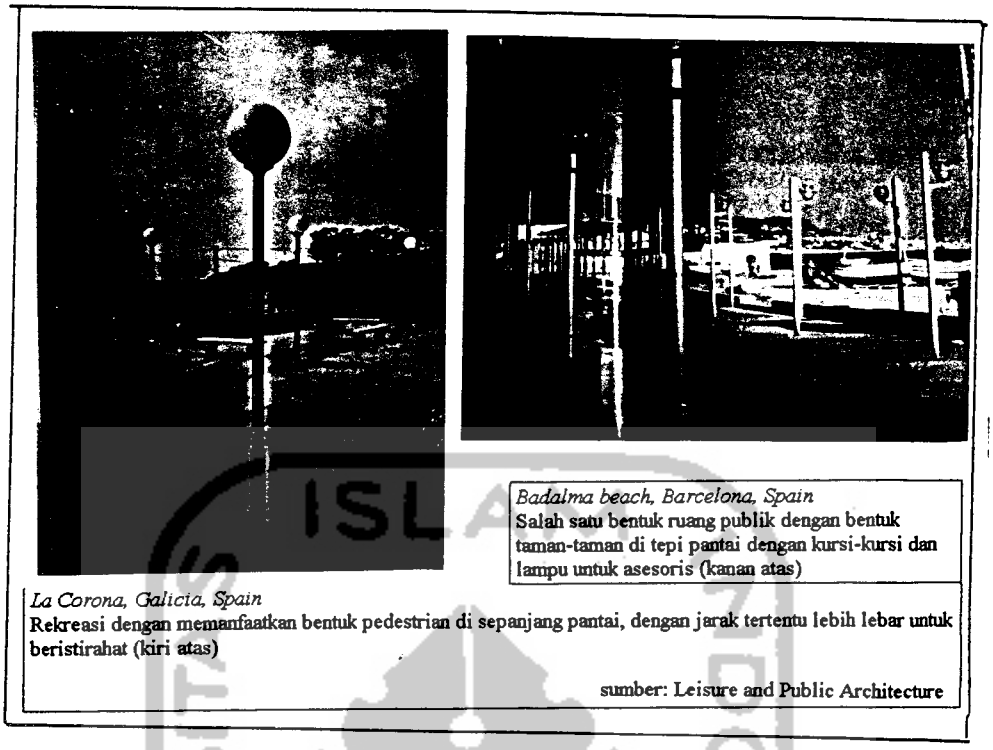
Fasilitas hiburan yang terdapat di kota Cilacap yaitu gedung bioskop maupun taman-taman kota untuk saat ini baik dari segi fasilitas maupun dari segi kualitas sangat kurang. Untuk taman-taman kota perlu adannya alternatif lain

bagi warga kota sendiri sebagai ruang rekreasi atau atau beristirirahat sejenak terutama dengan menampilkan faktor alam yang ada di sini yaitu laut sebagi *view*-nya, merupakan suatu alternatif baru bagi warga sendiri. Untuk gedung bioskop sendiri tentunya terdapat dalam bangunan sendiri selain memerlukan ruang yang besar, interior khusus pada ruang pertunjukkannya, juga sirkulasi yang efisien mengingat disini berada dalam banguan bersama pusat perbelanjaan sendiri. Karena mengingat untuk jam-jam pertunjukkan dalam cinema biasanya memerlukan waktu yang relatif lama, sehingga sampai pusat perbelelanjaan sudah tutup, pertunjukkan bioskop sendiri masih berlangsung, khususnya pada malam-malam tertentu, selain itu di situ juga merupakan *public space* karena tempat berkumpul orang-orang banyak.



Gambar 3.12

Untuk ruang-ruang yang bersifat rekreasi yang terdapat pada sisi bangunan akan dibatasi pada ruang terbuka pada bangunan itu sendiri dengan penampilan interior tertentu mapun dengan pendudkung vegetation , yang disini mungkin juga bisa dimanfaatkan untuk kegiatan istirahat pembelanja dengan fasilitas resto dengan pemandangan ke arah pantai.



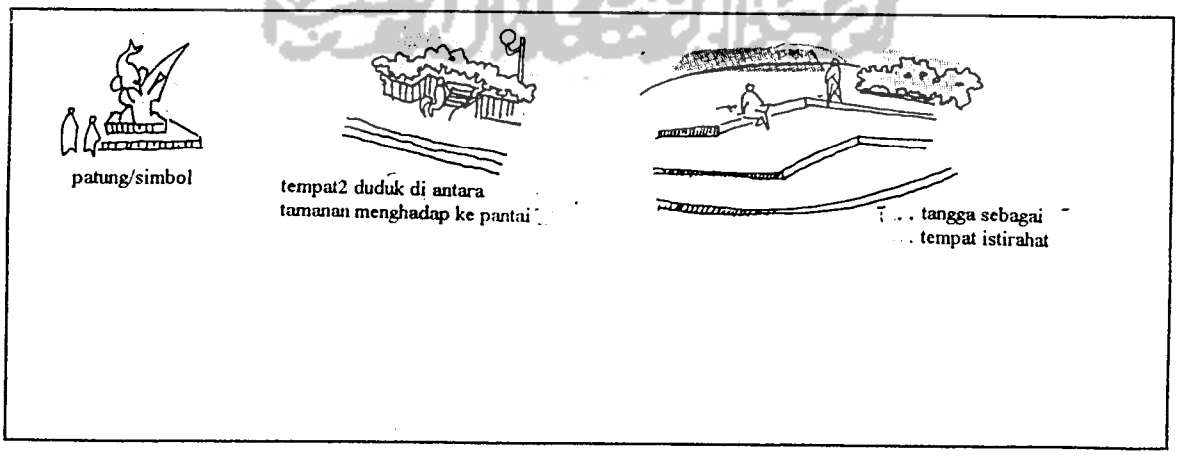
Badalma beach, Barcelona, Spain
Salah satu bentuk ruang publik dengan bentuk taman-taman di tepi pantai dengan kursi-kursi dan lampu untuk asesoris (kanan atas)

La Corona, Galicia, Spain
Rekreasi dengan memanfaatkan bentuk pedestrian di sepanjang pantai, dengan jarak tertentu lebih lebar untuk beristirahat (kiri atas)

sumber: Leisure and Public Architecture

Gambar 3.12 *Public Space* di pinggir pantai

Untuk ruang ruang rekreasi pada luar bagunan sendiri akan dibatasi dalam pentuk ruang terbuka atau plaza dan garden, sebagai ruang publik alternatif lain di kota dengan menyatukan pada lokasi pusat perbelanjaan sehingga dapat menjadi suatu kelebihan sendiri pada pusat perbelanjaan tersebut. Selain dengan bentuk plaza mapun taman-taman dengan tempat duduk sebagai tempat istirahat, juga dapat juga ditampilkan lain seperti bentuk patung, kolam atuapun bentuk-bentruk elemen pendukung taman lain.



Gambar 3.13 elemen pendukung

3.5.3 Penampilan Bangunan Sebagai Landmark

Dalam dunia arsitektur pengenalan simbol merupakan suatu proses yang terjadi pada individu dan masyarakat. Melalui panca indra (indra penglihatan) yang lebih berbicara, Manusia mendapat suatu rangsangan yang kemudian timbul pra presepsi apa yang dilihat, sehingga terjadilah pengenalan obyektif. Selanjutnya terwujud presepsi, setelah itu terjadilah proses penyesuaian diri.



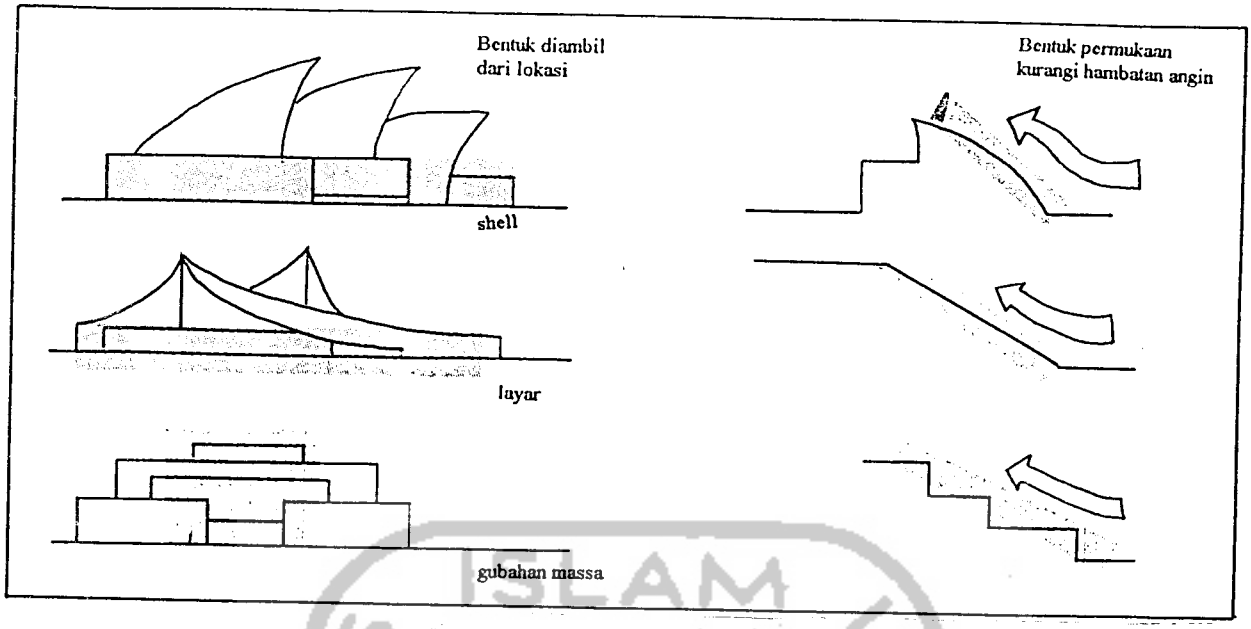
Opera Sydey, Australia
Banguan waterfront dengan mengadaptasi bentuk shell (atas kanan)

Tokyo Sea Life Park, Japan
sebuah bangunan *cultural waterfront*, dengan banyak menapilkan elemn air di sekitar bagunan dan mengadaptasi bentuk layar dan dome (kiri atas)

sumber: Aquascape, water in japanesse landscape arsitecture

Gambar 3.14 Bangunan *waterfront* sebagai Landmark

Pada bangunan pusat perbelanjaan atau bangunan komersial lainnya diharapkan mempunyai dalam hubungannya pada perkembangan kota yaitu *enrich city street life, improve traffic circulation, create a new park, provide acces to the recreational amenity* dan *landmark*. Landmark atau citra kota memang diperlukan sebagai salah satu daya tarik suatu kawasan ataupun bila dengan skala besar dapat menjadikan daya tarik kota yang merupakan ciri khusus dari suatu kawasan atau kota. Pendekatan pada bangunan pusat perbelanjaan disini adalah dengan memanfaatkan keberadaaan kota Cilacap sebagai kota di tepi pantai yaitu pada pendekatan bangunan tepi pantai atau *waterfront*. Bentuk penampilan bangunan pusat perbelanjaan *waterfront* akan dibatasi pada penampilan luar bangunannya, fasade, atap dan sebagainya. Disini penampilan atau arah view bagi pengunjung sebagian besar akan diarahkan ke pantai.



Gambar 3.15 Alternatif Bentuk

3.6 Kesimpulan

Pusat perbelanjaan di Cilacap ini dapat menjadikan wadah perbelanjaan modern, juga sekaligus dapat menjadikan sarana hiburan atau rekreasi terutama pada ruang ruang publiknya, dan pendekatan pada bangunan *waterfront*.

Peninjauan lokasi telah ditentukan dengan memenuhi ketentuan-ketentuan seperti kesesuaian dengan tata ruang kota, dari segi luasan cukup memadai, juga mempunyai aksesibilitas yang baik, dari berbagai arah, dan mempunyai lokasi yang strategis dengan kedekatan dengan pusat kegiatan, pemukiman, maupun pusat kegiatan-kegiatan yang lain.

Sebagai pusat perbelanjaan modern, yang merupakan alternatif baru bagi warga kota, dengan menampilkan bangunan modern, penampilan pada fasade maupun dalam penataan interiornya.

Pusat perbelanjaan sekaligus sebagai sarana rekreasi bagi warga dengan menciptakan taman-taman baru, yang merupakan alternatif baru untuk warga terhadap ruang-ruang publik yang sudah ada, dan juga menyatukan fasilitas hiburan dengan menyediakan bioskop pada pusat perbelanjaan tersebut sehingga dapat menjadikan sarana yang lebih berkualitas dari bioskop yang sudah ada di kota Cilacap. Selain itu ruang-ruang publik pada bangunan tersebut sehingga dapat dimanfaatkan unutk istirahat maupun rekreasi.

Waterfront, merupakan pendekatan bangunan pusat perbelanjaan ini selain dengan memanfaatkan keindahan alam, bangunan fungsi perbelanjaan ini diharapkan dapat menjadikan citra kota atau landmark pada kawasan tepi pantai dan kota itu sendiri, dan mudah dikenal oleh masyarakat yang melihatnya (*familiar*).

Waterfront, merupakan pendekatan bangunan pusat perbelanjaan ini selain dengan memanfaatkan keindahan alam, bangunan fungsi perbelanjaan ini diharapkan dapat menjadikan citra kota atau landmark pada kawasan tepi pantai dan kota itu sendiri, dan mudah dikenal oleh masyarakat yang melihatnya (*familiar*).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB IV

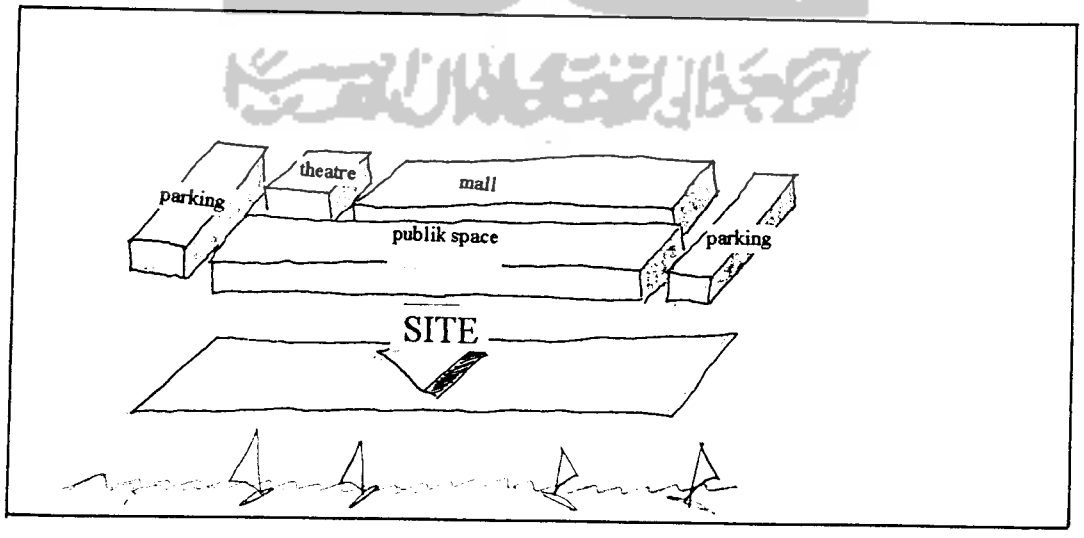
BAB IV
KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Penerapan konsep dasar perencanaan dan perancangan ini merupakan tahap terakhir penyusunan penulisan untuk mendapatkan arahan landasan menuju tahap transformasi ke bentuk rancangan fisik. Penyusunan konsep ini merupakan titik tolak upaya pemecahan sejumlah permasalahan yang muncul dan di dasarkan atas simpulan pendekatan yang telah di lakukan pada tahap sebelumnya.

Perwadahan pusat perbelanjaan selain sebagai wadah perbelanjaan modern juga sebagai tempat hiburan atau rekreasi dan dapat menampilkan karakter kota atau dapat menjadikan citra kota merupakan pertimbangan utama perencanaan dan perancangan bangunan pusat perbelanjaan di Cilacap ini.

4.1 Konsep Dasar Pusat Perbelanjaan Modern Sebagai Tempat Rekreasi pada Ruang Publik dan Ciri Khas pada Bangunan *Waterfront*

Fungsi sebagai bangunan umum komersial fasilitas perbelanjaan juga rekreasi, harus dapat dikunjungi dan dapat dinikmati oleh segenap lapisan masyarakat, maka diperlukan juga kesan terhadap bangunan dengan keterbukaan yang mengundang orang untuk mengunjungi dan familiar sehingga orang mudah mengingat pada pusat perbelanjaan itu.



Fasilitas rekreasi memberikan keleluasaan dan kenyamanan untuk pengunjung dengan menciptakan suasanan familiar sesuai dengan karakteristik di *street mall* nya baik yang terdapat di dalam bangunan maupun diluar bangunan, dan penyediaan fasilitas pertokoan dan hiburan baru yang memiliki ciri khusus atau pola-pola khusus dalam disain dalam *street mall*, serta menyediakan barang-barang kebutuhan yang lengkap.

4.1.1 Karakter Kegiatan Pelaku Sebagai Penentu Ruang

Tuntutan dan karakter berbagai ruang berbeda menurut jenis serta sifat kegiatan yang berlangsung di dalamnya. Berbagai tuntutan yang meliputi persyaratan suasanan dan persayaratan fungsional pada beberapa ruang kegiatan yang ada didalamnya.

a. Ruang Pelayanan Pembelanjaan

Ruang-ruangnya meliputi toko-toko, kios-kios, supermarket, department store sebagai wadah utama pada kegiatan utama pada pusat perbelanjaan ini harus mempunyai pencapaian yang baik, mudah dari segala sisi, baik oleh pengunjung yang berjalan kaki maupun yang berkendaraan. Selain itu ruang-ruang ini harus bersifat menarik, terbuka, dengan menampilkan sisi interior bangunan, memperhatikan kenyamanan dan keamanan dengan menampilkan faslitas yang memadai, serta memiliki kejelasan sirkulasi yang bisa mengarahkan pengunjung, tetapi tetap memberikan kebebasan pengunjung untuk berbelanja secara bebas dalam memilih ruang yang dituju.

b. Ruang Pelayanan/rekreasi/Hlburan/Publik

Ruang-ruang ini diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke pusat perbelanjaan ini sebagai salah satu daya tarik pada pusat belanja ini. Oleh karena itu ruang-ruang pelayanan ini harus dapatditata sedemikian rupa pada titik-titik tertentu, sehingga diharapkan akan dilewati pengunjung, dengan menampilkan bentuk-bentuk sirkulasi yang khas atau perbedaan bahan, sehingga secara tidak langsung akan mengarahkan pengunjung akan masuk dan berbelanja pada toko-toko disekitarnya atau yang dilewati. Demikian pula dengan

adanya bioskop sebagai salah satu ruang publik yang menjadi salah satu tempat berkumpul orang-orang perlu penempatan tersendiri yang juga membutuhkan ruang yang cukup besar.

c. Ruang pelengkap dan pendukung

Ruang-ruang pelengkap seperti ruang pengelola, ruang sekuriti, yang termasuk ruang privat, sehingga perletakkanya membutuhkan ruang dengan keamanan, disamping tetap memiliki kemudahan kontrol terhadap ruang-ruang pelayanan. Demikian dengan ruang-ruang pendukung seperti sarana penyimpanan, pergudangan dan bongkar muat barang yang memerlukan akses keluar langsung dan mudah serta aman dalam pelaksanaannya, tetapi juga tidak menghalangi sirkulasi pengunjung, atau tidak dilewati oleh pengunjung.

4.1.2 Ruang Publik Sebagai Alternatif Ruang Rekreasional

Ruang-ruang terbuka atau ruang-ruang publik sebagai salah satu sarana fasilitas rekreasi pada pusat perbelanjaan disini dapat sebagi ruang 'penangkap' dan 'penerima' pejalan kaki, sebagi salah satu daya tarik yang dapat ditonjolkan disini, maka letaknya dapat diletakkan pada ujung-ujung tapak atau dekat dengan titik-titik pengaliran pengunjung atau dapat terlihat dengan mudah dari atau ke tempat pembelanjaan tersebut sehingga dapat menambah daya tarik tersendiri pada pusat perbelanjaan tersebut yang menjadi alternatif lain untuk ruang publik yang berada di kota. Penataan dengan menampilkan sirkulasi pengunjung atau tempat-tempat istirahat. Penekanan ruang publik disini akan ditekankan pada penciptaan taman-taman baru.

4.1.3 Bangunan *Waterfront* Sebagai Pembentuk Citra Kota

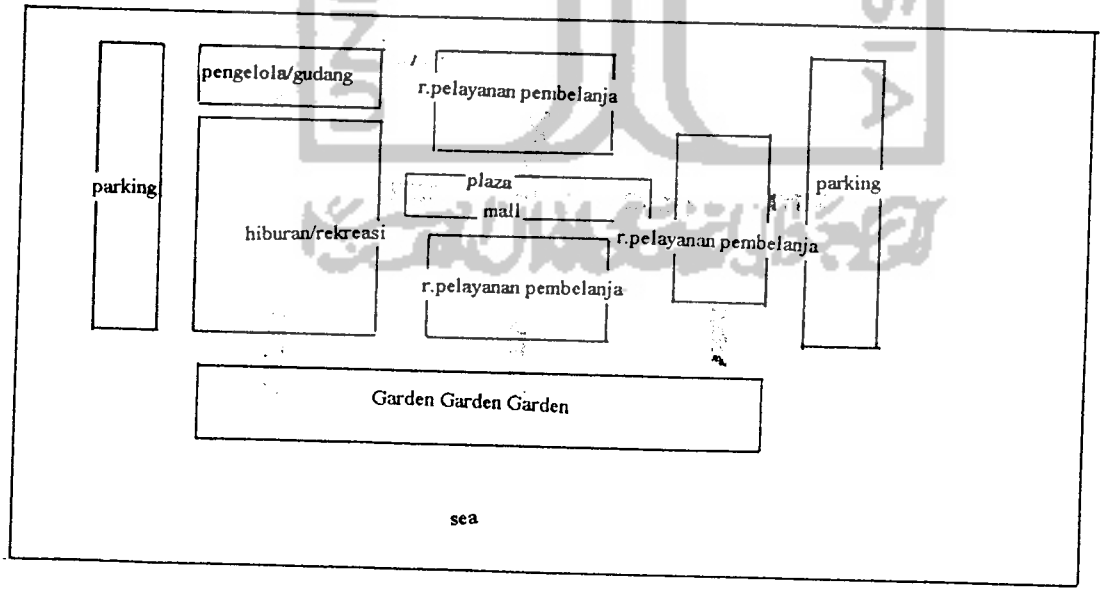
Salah satu ciri dari suatu bangunan komersial adalah mudah dikenal seperti dapat menjadi landmark suatu kawasan tersebut. Pusat perbelanjaan sebagai salah satu bangunan komersial harus dapat menjadikan suatu citra tersendiri pada suatu kota atau suatu kawasan. Dengan memanfaatkan letak geografis kota sendiri yang terletak pada tepi pantai, tepatnya berbentuk teluk, maka pendekatan bangunan pusat perbelanjaan diletakkan pada tepian pantai

dengan dengan disain modern sehingga dapat menjadikan ciri tersendiri pada daerah setempat. Untuk konsep perencanaan pada daerah tepi pantai maka pendekatan pada bangunan *waterfront* atau bangunan yang terletak pada tepian air. Bangunan pusat belanja tersebut akan berwajah arsitektur modern pada fasadenya, juga dengan menggabungkan dengan mengadaptasi pada daerah tepi pantai pada bentuk-bentuk yang aerodinamika seperti bentuk-bentuk shell atau layar yang menjadi salah satu bentuk -bentuk khas di daerah pantai. bentuk-bentuk tersebut akan digabungkan sehingga diharapkan dapat membentuk suatu kesan tersendiri pada kawasan tersebut dan daoat huga bersifat familiar sehingga mudah dikenal, sebagai salah satu tujuan bentuk bangunan komersial, juga untuk penampilann fasadenya pada bangunan komersial butuh kemencolokan dari kawasan tersebut sebagai citra yang membuat orang segera mengenali fasilitas dan mengingatnya dalam kenangan.

4.2 Konsep Dasar Kebutuhan Ruang

4.2.1 Hubungan Ruang Pada Pusat Perbelanjaan

Secara makro dilakukan skema hubungan ruang untuk memperkirakan sirkulasi dan peletakkan ruangnya.



4.2.2 Pengelompokkan Ruang

Sistem peruangan pada pusat perbelanjaan disini akan dibagi menjadi empat bagian menurut fungsi-fungsi yang ada, yaitu kelompok ruang pelayanan pembelanjaan, kelompok ruang pelayanan rekreasi atau hiburan, kelompok ruang pelengkap dan kelompok ruang pendukung. Kelompok ruang pembelanjaan adalah yang memakan ruang paling besar, karena fungsi bagian utama sebagai wadah perbelanjaan modern. Ruang-ruang yang masuk dalam kelompok pelayanan pembelanjaan adalah ruang-ruang utama yang berfungsi sebagai toko-toko, disini ruang-ruang ini juga akan dibagi menurut besar kecilnya ruang mengingat pada pusat perbelanjaan, selalu menampilkan daya tarik toko yang membutuhkan ruang yang paling luas (*anchor tenant*). Kelompok ruang pelayanan rekreasi atau hiburan adalah sebagai salah satu daya tarik pada pusat perbelanjaan tersebut, juga sebagai kompleksitas dari fungsi bangunan tersebut. Ruang-ruang yang masuk adalah bioskop (*cinema*), restorant ataupun kafe selain untuk sarana hiburan dan santai, sebagai ruang istirahat setelah melalui toko-toko. Kelompok ruang pelengkap dan kelompok ruang pendukung sangat berkaitan erat yaitu antara ruang pengelola, sekuriti dan ruang-ruang penyimpanan, ruang-ruang lavatory dan utlitas karena itu merupakan fasilitas yang tidak bisa dipisahkan terhadap bangunan itu sendiri. Ruang pengelola sebagi ruang pelengkap harus mudah mengakses ke ruang-ruang pelayanan pembelanjan, dan dekat pula dengan akses pergudangan untuk pengontrolan barang keluar masuk.

4.2.3 Hubungan Ruang

Ruang-ruang yang ada dihubungkan berdasarkan kedekatan fungsi dari keseluruhan fasilitas yang ada. Untuk ruang-ruang outlet-outlet pada pertokoannya berhubungan erat satu sama lain guna menyamakan akses pada tiap-tiap outlet gar mempunyai kesempatan dilalui pengunjung secara maksimal.

Demikian pula ruang-ruang pelayanan hiburan seperti bioskop dan resto, untuk bioskop outlet akan mempunyai akses dua dari dalam sepanjang pertokoan dan langsung dari luar mengingat massa pemutaran film yang biasanya memakan waktu yang relatif lama. Untuk bioskop sendiri akan dibuat 2 layar agar menjadi lebih banyak alternatif pilihan. Untuk ruang-ruang resto akan dibagi menjadi dua bagian yaitu satu pada dasar bangunan dan lainnya pada lantai atas, hubungan ini terhadap outlet pertokoan berhubungan langsung mengingat fungsi disini sebagai tempat rekreasi atau beristirahat setelah berbelanja atau berjalan-jalan. Untuk ruang pengelola mempunyai akses tidak langsung menuju pertokoannya tapi tetap dapat mengontrol, dan untuk pergudangan juga tidak berhubungan secara langsung tetapi juga dapat dicapai dengan mudah untuk pemasukan stok-stok barang ke masing-masing outlet yang ada. Untuk ruang-ruang lavatory akan berada di tiap-tiap lantai pada titik-titik tertentu dan berhubungan tidak langsung tetapi mempunyai akses yang jelas pencapaiannya dari toko-toko.

4.3 Konsep Dasar Penampilan Bangunan

4.3.1 Penampilan Bangunan

Dalam tautan fungsional, tampilan tetap memperhatikan fungsi yang disandang sebagai fasilitas komersial, rekreasi dan citra. Sebagai fasilitas komersial, penampilan bangunan mempertimbangkan unsur kejelasan, kemencolokan, keakraban, fleksibilitas, kekompakan, efisiensi dan kebaruan. Sedang sebagai fasiitas rekreasi atau hiburan, penampilan mencerminkan ungkapan bentuk yang lebih berorientasi pada penyelesaian yang kreatif, misalnya melaui detail dan oranamen, atau bahkan warna-warna.

4.3.2 Figur Fasade

Arahan pengembangan fasade dilakukan melalui rancangan bangunan-bangunan modern dengan menggabungkan pada konsep bangunan pada kawasan tepi air atau *waterfront*, sehingga dapat mengacu pada pola-pola dominan tersebut dengan kemungkinan pengembangan melalui *new create watermall*, refleksi, dupiklasi dan pengambilan detail sebagai referensi.

4.3.3 Watermall

Pengertian watermall adalah penggabungan antara pusat perbelanjaan (mall) dengan model bangunan *waterfront*. Penggabungan akan menjadi bentuk perencanaan pusat perbelanjaan yang terdapatr di tepi pantai dan dapat menjadi suatu yang sesifik dari penampilan bangunannya sendiri, kepada kawasan terbangun. Penggabungan in akan pberpengaruh pada perencanaan fasade bangunannya sendiri dari bangunan modern yang menampilkan struktur dan kaca atau bidang transparan pada permukaaan bangunan dan bangunan waterfront yang menampilkan bangunan bangunan yang terdapat diteppi air dengan bentuk-bentuk permukaan bangunan yang aerodinamis dan dapat juga dengan pengambilan dengan diatapsinya bentuk-bentuk benda yang terdapat dipantai seperti kerang ataupun layar.

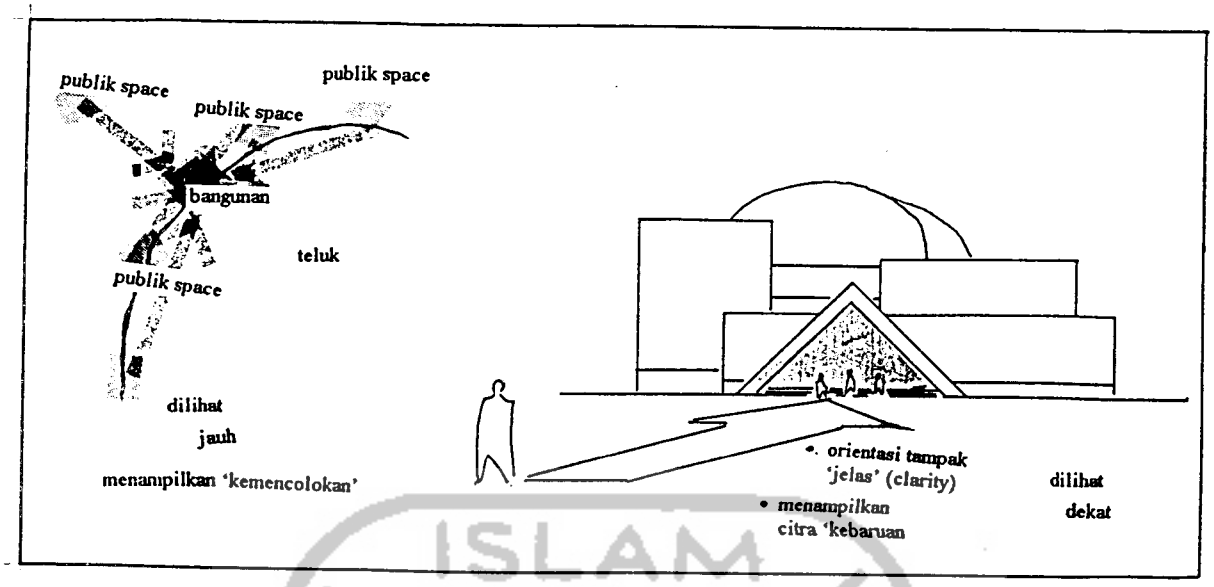
4.3.4 Citra Kota

Citra kota akan sangat penting bagi skala kecil seperti susuatu yang unik atau simbol pada kawasan setempat atau bahkan dalam lingkup kota. Bangunan pusat perbelanjaan yang di kategorikan sebagai bangunan komersial tentunya membutuhkan suatu karakter sendiri yang unik atau mudah diingat oleh orang yang mengunjunginya. Disini dengan menampilkan bentuk yang lain dari lingkungan sekitarnya dengan pendekatan pada bangunan *waterfront* dari fasade bangunan maupun dengan bentuk atap dan ciri khas pada ruang-ruang publik sebagai tempat rekreasi warga setempat khususnya sebagai salah satu daya tarik pada pusat perbelanjaan tersebut.

4.4 Konsep Dasar Tata Ruang Luar

4.4.1 Pola Ruang Luar

Ruang luar pada tapak ditujukan serta dimanfaatkan antara lain:



Gambar 4.3 Pola Ruang Luar

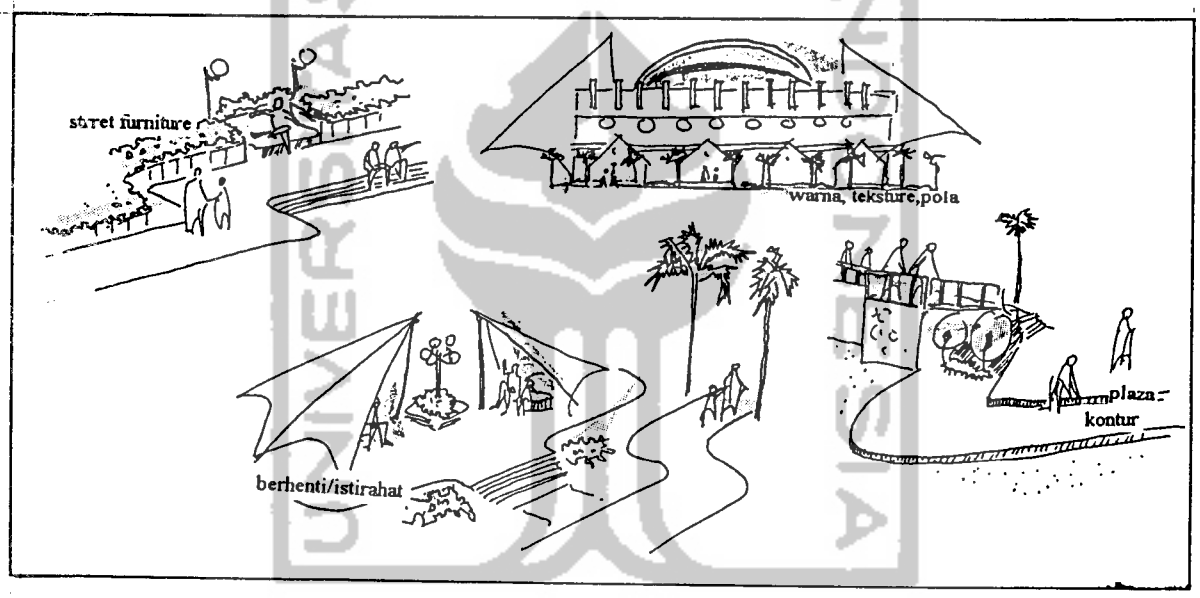
a. *Ruang tangkap visual*

Ruang tangkap visual ini harus dapat dirasakan oleh setiap orang yang melihatnya pada citra arsitektural bangunan komersial ini baik dari jauh maupun sesudah dekat dengan bangunan komersial tersebut. Dari jauh, orang bisa merasakan kehadiran bangunan tersebut, yang letak kawasan tersebut berbentuk teluk sehingga setiap pesisir sepanjang kawasan itu dapat terlihat dari jauh, maka perlu kemencolokan (*boldness*) terhadap yang ada di pesisir tersebut sehingga dapat menarik minat orang untuk datang lebih dekat, juga dilihat dari kebaruan (*invetiveness*) yang dapat menampilkan citra yang mencerminkan inovasi baru, ekspresif dan spesifik pada visual bangunan tersebut. Dan pada jarak dekat, citra *clarity* (kejelasan) pada bangunan komersial tersebut dapat diarahkan, jadi dapat memberikan kejelasan kepada orang yang datang untuk mengenali suatu fasilitas dengan cepat seperti menemukan pintu utama dan dapat merasakan aktivitas dari luar sehingga dapat menarik minat orang untuk masuk ke dalam bangunan tersebut.. Visual bangunan juga harus dapat memberikan citra yang kompleksitas sehingga dapat meberikan citra yang tidak monoton.

b. *Pendukung penampilan bangunan dan pembentuk suasana*

Pendukung penampilan bangunan sangat diperlukan guna menambah daya tarik dari bangunan tersebut. Seperti halnya disini direncanakan pada

ruang-ruang publik dengan menambah elemen-elemen tambahan pada taman-taman di pusat perbelanjaan ini juga dapat pula elemen-elemen tambahan pada fasade bangunan itu sendiri seperti permainan struktur dengan permainan bentuk atau penonjolan pada bidang permukaan atau permainan warna bangunan, sehingga dapat menambah ciri khas pada pusat belanja tersebut. Pembentuk suasana dengan menampilkan sirkulasi pengunjung menampilkan vegetasi.



Gambar: 4.4 Pembentuk Suasana

c. Pengarah sirkulasi kendaraan dan pedestrian

Pengarah untuk sirkulasi ditujukan agar pengunjung merasa aman dan nyaman bila berjalan menuju titik-titk yang dituju, juga dengan kendaraan yang tidak terlalu jauh dari bangunan utama dan efisien. Sirkulasi diluar bangunan akan dibagi menjadi dua yaitu sirkulasi untuk kendaraan dalam hubungannya menuju tempat parkir dan sirkulasi bagi pejalan kaki dengan memanfaatkan pedestrian dan sarana rekreasi pada ruang-ruang publiknya. Pemanfaatan vegetasi untuk

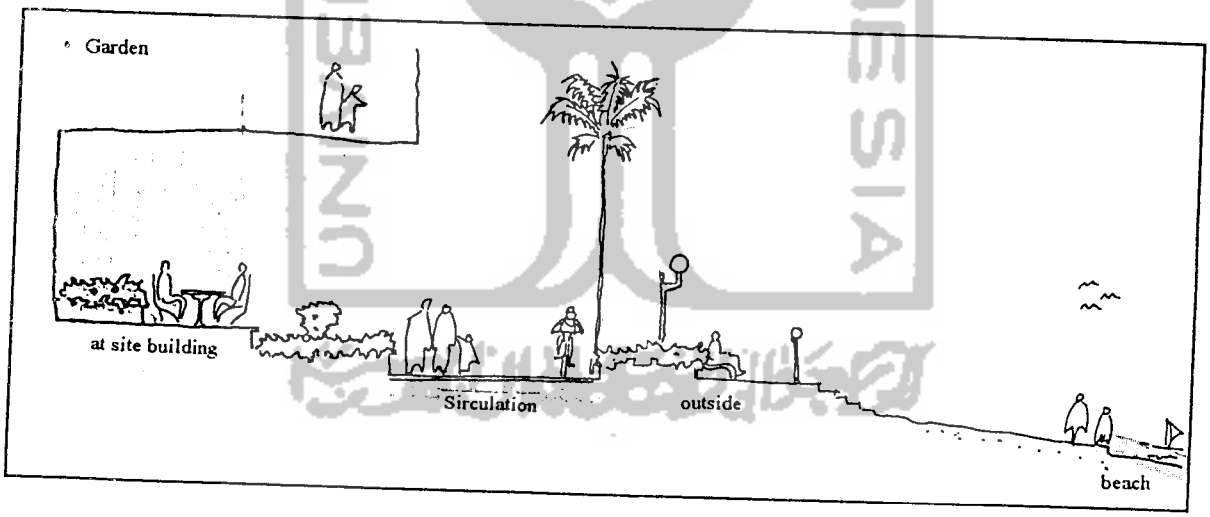
pengarah pengunjung atau pejalan kaki dengan melewati fungsi-fungsi ruang tertentu atau pusat pelayanan yang ada, juga dalam pencapaian plaza atau titik-titik peristirahatan dalam ruang publik ini.

d. *Ruang interaksi antar kegiatan dan komunitas pemakai yang beragam*

Ruang-ruang interaksi antar kegiatan dapat dipisahkan atau pemisahan fungsi atau pergantian fungsi yang ada seperti ruang istirahat, ruang pejalan, ruang parkir, dengan penampilan perbedaan tinggi lantai, perbedaan bentuk elemen-elemen ruang-ruang tersebut, ataupun dengan perbedaan luasan ruang.

4.4.2 Ruang Publik

Ruang publik sebagai ruang penangkap dan penerima pejalan kaki, maka letaknya dimanfaatkan pada sisi bangunan yang bisa dimanfaatkan sebagai resto atau kegiatan promosi dan sisi luar bangunan sendiri, dan letaknya pada ujung-ujung tapak, dekat titik-titik pengaliran pengunjung dan pola rekreasi di tepi pantai.



Gambar 4.5 Publik space

Penataan fisik ruang akan dibagi menjadi dua yaitu yang terdapat pada bangunan dan diluar bangunan. Penataan fisik ruang luar ini akan ditekankan pada penataan ruang-ruang terbuka (parkir , plaza) serta tata vegetasi yang dapat mencerminkan ekspresi yang familiar. Untuk ruang yang terdapat pada

bangunan akan menempati di pinggir dengan ruang-ruang terbuka menghadap kelaut diselingi dengan vegetasi sebagai pembatas sehingga dapat menjadikan suasana yang tampak lebih akrab dan rekreatif, dan dapat dimanfaatkan dengan fasilitas resto atupun tempat-tampat promosi. Untuk ruang-ruang terbuka yang terletak di luar bangunan akan dibatasi dengan sirkulasi pengunjung atau pejalan kaki pada pedestrian, dengan penataan vegetasi dan tempat-tempat duduk sebagai ruang istirahat, dan bentuk-bentuk fungsi gazebo untuk istirahat dari sengatan matahari ataupun dengan memanfaatkan vegetasi untuk berteduh, semuannya akan diarahkan kearah pantai sebgai pemandangannya. Penampilan pedestrian atau wadah bagi pejalan kaki juga kan ditonjolkan dengan bentuk-bentuk yang rekreatif diantara batas ruang publik di bangunan dan luar bangunan, bebas dari kendaraan bermotor sehingga menambah nyaman.

4.4.3 Penataan Pertamanan

Penataan pertamanan dalam penciptaan taman-taman baru sebagai fasilitas ruang-ruang rekreasional dapat diletakkan pada bangunan, samping maupun pada sisil luar bangunan sendiri. Untuk bagian dalam lebih cenderung sebagai salah satu daya tarik interior, dengan fungsi untuk mengurangi kejenuhan pengunjung dalam mengurangi monotinitas ruang atau sirkulasinya. Untuk yang berada pada sisi bangunan, menamilkan taman-taman baru sebagai salah satu fasilitas tempat untuk istirahat sejenak atau pengarah sirkulasi pengunjung terhadap toko-toko yang dilewati, peletakkkan pertamanan disini dapat difungsikan ganda sebagai ruang istirahat ataupun peruntukkan untuk fasilitas resto dengan pemandangan kearah laut, selain itu dengan penampilan tidak hanya pertamanam tapi diselinggi dengan ruang-ruang luas lainnya (plaza) sebagi bagian dari tata pertamanan yang dapat digunakan sebagai ajang promosi yang tidak ada setiap waktu. Untuk pertamanan yang berada di luar bangunan akan lebih di tonjolkan sebagi public space dengan panorama laut. Dengan elemen-elemen tanaman, tempat-tempat istirahat tau kursi dapat pula memanfaatkan tangga-tanggga di seputrar plaza, juga tempat-tem[pat berteduh

dari terik selain menmanfaatkan tanam juga elemen yang berada di taman sebagai titik-titik pemberhentian atau istirahat buatan sperti misalnya gasebo.

Tata ruang dalam vegetasi diarahkan penempatannya pada mall karena pertimbangkan cahaya matahari (melalui skylight, bidang-bidang transparan sisi bangunan) dan perawatannya.

4.5 Konsep Dasar Tata Ruang Dalam

Konsep tata ruang dalam ini disusun dengan mengingat kebutuhan kegiatan pelaku yang dapat ditampung, konsep peruangan pada pusat perbelanjaan disini, yang antara lain organisasi ruang yang sederhana sehingga memudahkan pencapaian oleh pengunjung, arahan sirkulasi yang jelas dan terdapat perluasan daerah sirkulasi pada beberapa jalur sirkulasi untuk variasi dan perletakkan fasilitas-fasilitas tertentu, menempatkan ruang-ruang yang bersifat privat (ruang pengelola, administrasi) terpisah dengan ruang-ruang yang bersifat umum (toko, bioskop, resto) tetapi masi dijangkau denganmudah, perletakkan board-board pada outlet-oulet secara vertikal atau horisontal dengan ukuran dan ketinggian tertentu agar dapat membentuk kesatuan irama.

4.5.1 Pengelompokkan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang

Sistem peruangan pada pusat perbelanjaan disini dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu;

Kelompok ruang pelayanan pembelanjaan, yang terdiri dari pertokoan, supermarket, department store yang biasanya membutuhkan ruang yang lebih besar dari pertokoan (*anchor tenant*).

Kelompok ruang pelayanan rekreasi/hiburan, seperti bioskop, disini juga membutuhkan ruang yang relatif besar, restaurant, kafe, pujasera, arena bermain/ketangkasan.

Kelompok ruang pelengkap, seperti kantor pengelola atau administrasi, sekuriti.

Kelompok ruang pendukung, seperti lavatory, pergudangan, utilitas.

4.5.2 Karakter dan Tuntutan Ruang

Tuntutan dan karakter berbagai ruang berbeda menurut jenis serta sifat kegiatan yang berlangsung didalamnya. Berbagai tuntutan yang meliputi persyaratan suasana dan persyaratan fungsional pada beberapa ruang kegiatan diantaranya:

a. *Ruang pelayanan pembelanjaan*

Ruang-ruang yang meliputi toko-toko atau outlet-outlet yang relatif kecil, supermarket, department store yang menempati ruang yang relatif lebih besar dan biasanya menjadi *anchor tenant* pada pusat perbelanjaan tersebut dan menjadi daya tarik pada pusat belanja itu. Semua itu harus mempunyai pencapian yang mudah dari segal sisi, baik oleh pengunjung yang berjalan kaki maupun yang berkendaraan. Selain itu ruang-ruang ini harus bersifat menarik, terbuka, memperhatikan kenyamanan dan keamanan, serta memiliki kejelasan sirkulasi yang mengarahkan pengunjung tapi tetap memberikan kebebasan dalam memilih tujuannya.

b. *Ruang pelayanan rekreasi/hiburan*

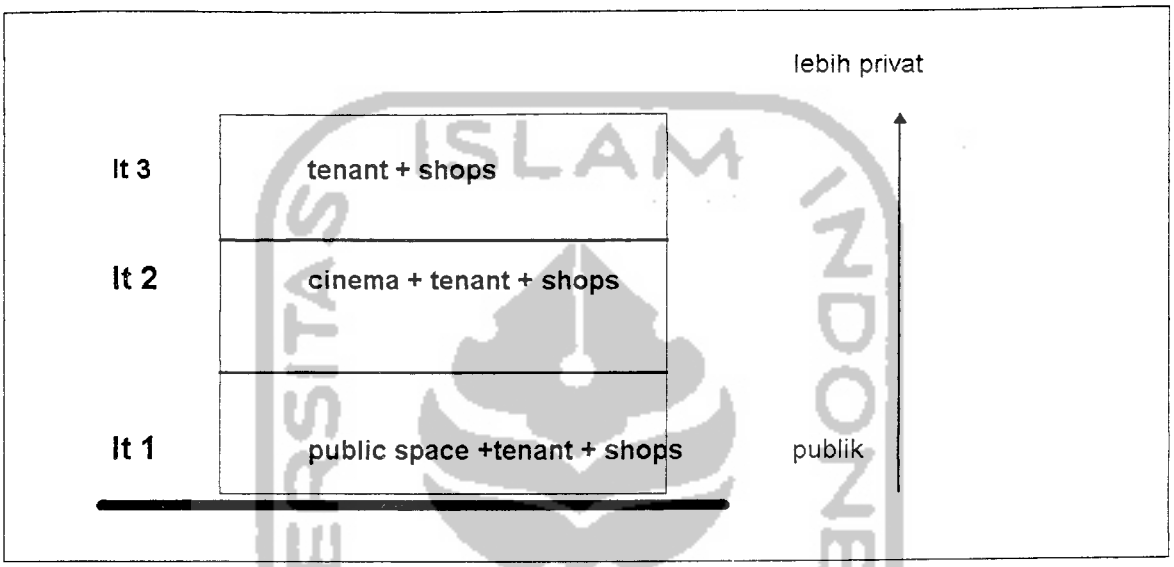
Ruang-ruang ini diharapkan menjadi salah satu faktor penarik bagi pengunjung, dengan adanya kompleksitas pada pusat perbelanjaan ini maka akan menambah karakter komersial pada pusat perbelanjaan tersebut. Oleh karena itu ruang-ruang pelayana hiburan ini harus ditata sedemikian rupa pada titik-titik tertentu yang dilewati pengunjung, sehingg asecara tidak langsung juga mengarahkan pengunjung untuk masuk dan berbelanja pada outlet-outlet disekitarnya.

c. *Ruang pelengkap*

Ruang pelengkap seperti ruang pengelola, administrasi, sekuriti. Untuk ruang-ruang ini memang sediit privat daripada yang lain, sehingga perletakanya pada bangunan harus memungkinkan adanya privacy, ketenangan kerja, serta keamanan, disamping tetap memudahkan kontrol terhadapb ruang-ruang pelayanan.

4.5.3 Penzoningan dan Organisasi Ruang pada Pusat Perbelanjaan

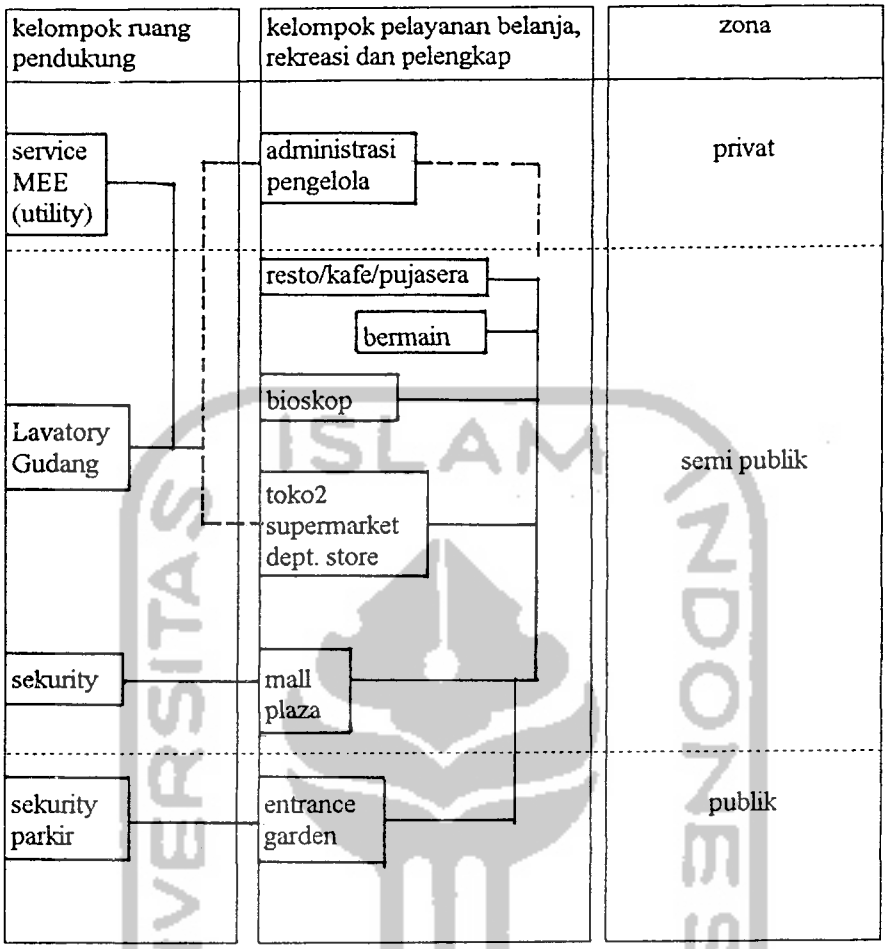
Penzoningan ruang secara makro vertikal, didasarkan menurut lantainya. Pada lantai dasar bersifat publik dan keatas semakin privat, yaitu pada lantai pertama untuk *tenant, shops, mall/plaza, public space*, lantai dua untuk bioskop, *tenant, shops*, sedangkan pada lantai tiga secara makro berupa *tenant, shops*. Dan tiap-tiap lantai mempuyai ruang-ruang service seperti lavatory.



Gambar 4.6 Penzoningan secara makro

Untuk kelompok belanja, rekreasi dan pelengkap dibagi menjadi tiga besar yaitu ruang-ruang yang bersifat privat, semi publik dan publik. Untuk kebutuhan raung yang bersifat lebih privat adalah seperti kantor-kator pengelola maupun administrasi, dan dan lebih publik yaitu ruang-ruang yang mempunyai fungsi utama pada pusat perbelanjaan ini yaitu toko-toko, resto, bioskop, dan untuk ruang ruang publik berada pada bangunan dan luar bangunan yang memiliki fungsi rekreasi maupun dapat digunakan sebagai tempat promosi. Untuk kelompok ruang pendukung juga idbagi menjadi tiga zona, utnuk ruang-ruang fungsi service atau utiliti masuk menjadi ruang privat, untuk lavatory, gudang digolongkan menjadi ruangsemi publik dan ruang publik pada pertamanan atau parkir. Hubungan ruang masing-masing fungsi tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4 Penzoningan dan hubungan ruang



4.6 Kebutuhan Luasan Bangunan

Untuk memperhitungkan jumlah atau kapasitas pada pusat perbelanjaan maka perlu direncanakan perkiraan besaran ruang yang dibutuhkan pada pusat perbelanjaan tersebut.

Luasan dari site yang ada sekitar 30.000 m2, sedangakan BC untuk bangunan perdagangan pada daerah setempat adalah sebesar 60% dengan FAR maksimum 120%. Jadi untuk luasan lantai dasarnya adalah kurang lebih 18.000 m2, dan untuk total luasan lantai sekitar 36000 m2 dengan garis sempadan 22 meter. Jadi akan dibuat pusat perbelanjaan dengan jumlah lantai 3, dengan lantai dasar 12000 m2 belum termasuk dengan ruang publiknya yang terletak pada bangunan, lantai selanjutnya kurang lebih 14000 m2, dan lantai atas sekitar 10000 m2.

Sedangkan secara fisik, jenis fasilitas yang akan diwadahi adalah toko-toko/unit-unit kios, resto/kafe, supermarket, department store, bioskop (auditorium, lobby, lavatory, pelayanan, pengelola, proyektor). Dan bentuk site yang memanjang, bentuk ruang pola linier mempengaruhi bentuk bangunan keseluruhan.

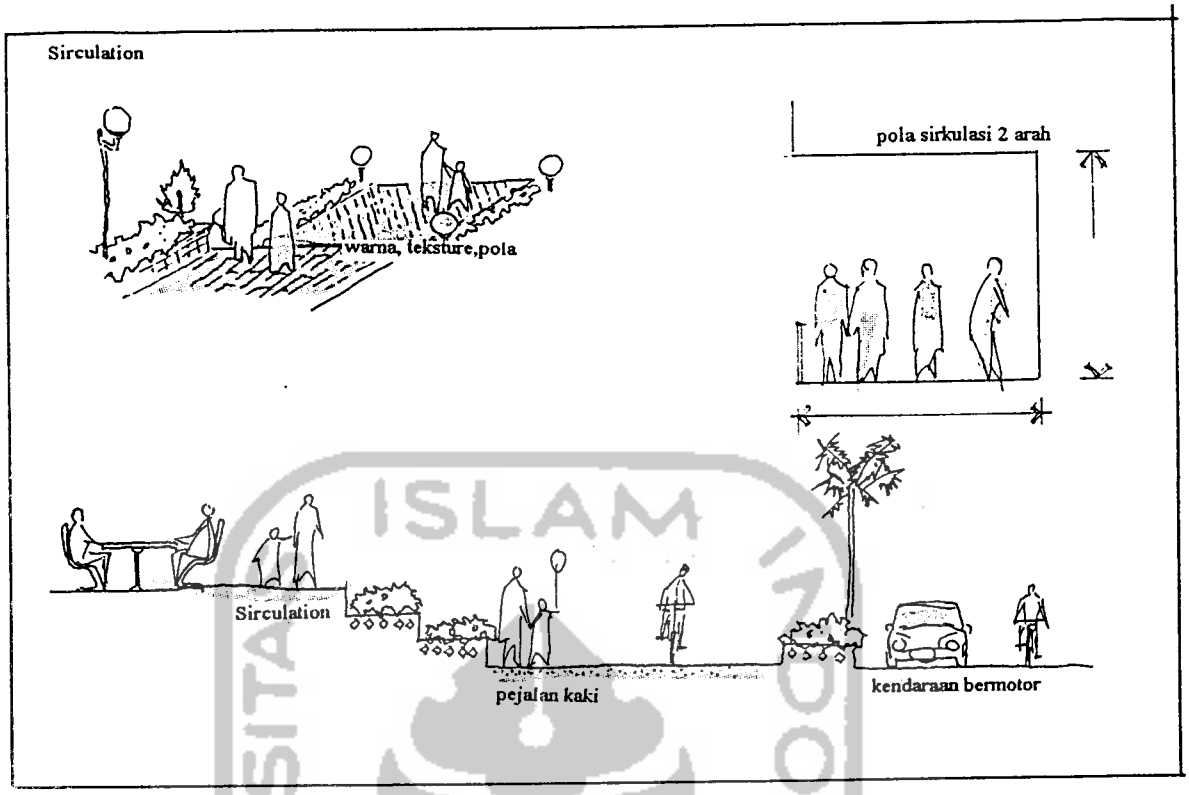
Dari luasan 36000 m2 yang direncanakan. diasumsikan untuk ruang-ruang service dan sirkulasi sebesar 30%. Untuk luasan ruang publik space pada bangunan direncanakan pada lantai dasar sekitar 20% dari luasan lantai dasar keseluruhan.

4.7 Konsep dasar Pergerakan

Konsep dasar pergerakan menjadi salah satu alternatif dalam pemilihan sirkulasi pengunjung atau pejalan kai yang berada diluar bangunan juga sirkulasipada kendaraan parkir. Konsep pergerakan pada tapak dapat dibagi 2 yaitu sirkulasi pejalan kaki dan sirkulasi kendaraan.

a. *Sirkulasi pejalan kaki*

- Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat di sekeliling tapak (kendaraan bermotor).
- Jalur pedestrian ada dua macam yaitu pedestrian terbuka (tanpa atap) yang terletak di luar bangunan, sebagai salah satu fasilitas pada pertamanan, dan tertutup (ada atap) terletak pada sisi bangunan berdampingan atau berhubungan erat dengan pedestrian terbuka, atau yang terdapat di dalam bangunan.
- Perkerasan dengan bahan ,pola atau warna tertentu disekitar tapak dapat mengarahkan arus pengunjung ke tempat yang diinginkan atau dengan pergantian elemen pedestrian utnuk memberi kesan perubahan fungsi ruang.
- Sistem sirkulasi dibuat sesederhana mungkin agar tidak membingungkan dan memungkinkan pengunjung cepat mencapai fasilitas yang diinginkan.
- Pada sirkulasi pada bangunan (mall), dimensi mall harus dipertimbangkan agar penempatan pejalan kaki atau pengunjung tidak terganggu terhadap sempitnya atau rendahnya atap.



Gambar 4.7 Pergerakan

b. *Sirkulasi kendaraan*

- Pencapaian utama berasal dari sebelah barat bangunan yang merupakan jalan 2 arah sehingga tidak menyulitkan arus kendaraan yang akan memasuki pusat perbelanjaan tersebut.
- Jalur kendaraan barang atau service dibuat terpisah agar tidak menggangu arus kendaraan pengunjung atupun arus pengunjung.
- Zona parkir akan diletakkan pada sebelah kanan dan kiri bangunan dan di capai dari arah depan bangunan dan dapat diarahkan mebentuk parkir tanam. Penempatan jenis kendaraan di pisahkan menurut jumlah roda. Perletakkan area parkir ini dipertimbangkan terhadap kemudahan pencapaian menuju faslitas dan luasan tapak yang tersedia.

4.8 Konsep Dasar Sistem Struktur dan Utilitas

4.8.1 Sistem Struktur

Pemilihan sistem struktur dipertimbangkan terhadap :

1. Fungsi bangunan yang dapat menampung berbagai kegiatan menuntut adanya fleksibilitas penataan ruang.
2. Pengaruh keadaan fisik setempat, berhubung dengan pendekatan bentuk bangunan waterfront, maka bentuk permukaan bangunan menjadi faktor utama.
3. Faktor biaya yang meliputi pelaksanaan dan pemeliharaan bangunan.
4. Bentuk, dimensi bangunan serta ruang dalam yang akan direncanakan.

Sistem struktur atas banunan utama pusat perbelanjaan ini menggunakan rangka konstruksi beton bertulang, dan pada atap-atapnya digunakan juga konstruksi beton dan juga baja profil untuk mengantisipasi bentangan atap yang panjang dan mengurangi beban konstruksi, mengingat bentuk bangunan tepi pantai yang membutuhkan sifat aerodinamika sekaligus dapat membentuk landmark dengan bentuk atas bangunan yang spesifik.

Struktur bawah/pondasi menggunakan pondasi dalam, sehingga mampu menahan beban vertikal, angin maupun gempa. Penggunaan pondasi dangkal terlalu riskan terhadap perbedaan penurunan pada masing-masing kolom mengingat beban yang diterma cukup berat.

4.8.2 Sistem Utilitas

Sistem utilitas pada bangunan pusat perbelanjaan ini sangat penting, selain sebagai faktor keamanan dan kenyaman, juaga dapat menjadi faktor alternatif pembentukan interior. Sistem utilitas di sini dibagi menjadi;

a. *Penghawaan*

Sistem pengahawaan di buat dengan mempertimbangkan kenyaman bagi pengunjung atau pemakai bangunan. Oleh karena itu ruang-ruang komersial yang ada dalam pusat perbelanjaan ini menggunakan penghawaan buatan berupa AC sentral, untuk ruang-ruang ditepi atau luar bangunan mengunakan penghawaan alami. Penggunaan penghawaan buatan juga diterapkan pada ruanag-ruang pengelolaan serta ruang-ruang yang mebuthkan sirkulasi udara

seperti lavatory, ruang-ruang yang membutuhkan suhu stabil karena faktor instrument atau barang yang ada di dalamnya..

b. *Pencahayaan*

Faktor pencahayaan yang dapat diterapkan pada pusat perbelanjaan ini dibagi menjadi menjadi 2, yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan.

Untuk pencahayaan alami, diutamakan optimalisasi pemanfaatan cahaya alami melalui pengaturan bidang bukaan pada dinding maupun pada atap. Pada banunan ini terutama pada aerah mallnya akan menggunakan sistem pencahayaan alami dengan bukaan atau bidang transparant pada atap (skylight) untuk siang hari. namun penynaran sevcara langsung harus diperhatikan agar tidak menimbulkan dampat negatif terhadap barang-barang yang terkena sinar. penggunaan skylight tidak menyebabkan terjadinya peningkatan beban energi untuk ac dengan menggunakan bahan kaca ganda sehingga panas matahari tidak banyak merambat ke dalam ruangan.

Untuk pencahayaan buatan, mutlak diperlukan, dengan pemakaiannya perlu mempertimbangkan daya efisiensi, warna dan efek kesan yang ditimbulkan oleh cahaya buatan tersebut, bentuk dan penampilan dan distribusi cahaya (silau/kontras)

c. *Elektrikal*

Sistem distribusi jaringan elektrikal dengan menggunakan generator sentral, dan tidak mengganggu secara visual kegiatan maupun suara yang ditimbulkan dan getarannya. Perletakkan ruang genset dan supply power diletakkan pada tempat yang lebih rendah dan jauh atau tidak mempunyai hubungan langsung dari ruang-ruang komersial tersebut.

d. *Transpostasi*

Sistem transportasi vertikal digunakan dalam bangunan adalah tangga , escalator dan elevator untuk kegiatan pengangkutan barang, dengan pertimbangan perawatan, kenyamanan dapat menikmati suasana dalam ruang.

e. *Sistem jaringan air*

Jaringan jaringan air ini dibagi menjadi 3 bagian, yaitu jaringan air bersih, air kotor dan air kotoran. Kebutuhan air bersih dilayani oleh PAM setempat, karena

mengingat lokasi bangunan yang terletak pada tepi pantai tidak memungkinkan, kecuali dengan menggunakan alat penyaringan khusus, karena rasa air yang agak asin. Pendistribusian air akan ditampung pada bak bawah dan di distribusikan lagi ke bak atas, untuk dialirkan ke bawah. jaringan air kotor dialirkan secara gravitasi menuju sauran drainasi setelah adanya pengolahan air kotor (penangkap lemak pada fasilitas makan minum). Jaringan drainase direncanakan menampung air hujang menuju bagian barat ke riol kota.

Untuk jaringan air kotoran menggunakan tangki septic, air kotoran di alirkan pada bak khusus pengolahan air buangan kemudian secara berkala di sedot oleh mobil penyedot. Pengolahan sampah, dengan ditampung pada tiap-tiap titik bangunan dan sepanjang pedestrian sebagai tempat penampungan sementara.

f. *Sistem keamanan*

Jenis serta jumlah perlengkapan keamanan dipilih sesuai dengan standart untuk bangunan publik, keamanan pada bangunan meliputi keamanan terhadap kebakaran, bahaya petir dan kriminalitas. Strategi pengamanan diterapkan dengan memperhatikan keleluasaan gerak aktivitas pengunjung.

Untuk keamanan terhadap bahaya kebakaran, digunakan *fire alarm* dan *sprinkler* dengan sistem basah dengan jarak sesuai dengan ketinggian lantai dengan atap sehingga diameter pancaran air dapat merata. Air diambil dari bak air bersih dengan perhitungan 20 % dari kapasitas keseluruhan air bersih. Hidran akan diletakkan di sudut-sudut bangunan atau dekat dengan lavatory selain agar tidak mengganggu pengunjung dan mudah dalam peletakkan jaringan pipanya, jarak disesuaikan dengan panjang pipa terhadap diameter yang dapat dijangkau.

Untuk bahaya petir akan digunakan sistem sangkar *faraday* pada ujung-ujung bangunan yang tertinggi dengan jarak disesuaikan dengan diater daya jangkauannya.

Untuk keamanan terhadap kriminalitas, untuk pintu-pintu utama dengan kontrol alarm dan pada bagian dalam atau luar dengan kontrol manusia yaitu dengan penjaga pada tempat-tempat yang strategis sehingga dapat melihat dengan leluasa keadaan bangunan dan tetap dapat saling berkomunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

---------, *Aquascape, Water in Japanesse Landscape Architecture*, Process Architecture Co.Ltd, 1990

---------, *Cilacap Dalam Angka, BPS, 1995*

---------, *Kompilasi Data RTRK Kabupaten Cilacap tahun 1993/1994-2003/2004*

---------, *PDRB Kabupaten Cilacap tahun 1995*

--------, *Program Investasi-Program pembangunan Prasarana Kota Terpadu (P3KT) Kabupaten Cilacap, 1993*

--------, *Rencana RTRK Kabupaten Cilacap tahun 1993/1994-2003/2004*

Alberti, L. Batista: *On the Art of Building.* Cambridge MIT Press, 1988

ASRI, Majalah: *Mall, Supermall, Megamall.* Edisi Januari/166/1997

ASRI, Majalah: *Pusat Perbelanjaan Kian Marak.* Edisi Juli/124/1993

Bendington, Nadine: *Design for Shopping Center.* Butterworth Design Series, 1982

Breen, Ann dan Dick Rigby: *Waterfronts: Cities Reclaim Their Edge.* McGraw-Hill.Inc, 1994

Butler, D. Butler: *Introduction to Community Recreation 3th Edition.* McGraw-Hill Book Company Inc, New York, 1959

Cerver, Fransisco A: *Commercial Space, Shops, Mall and Boutiques.* AXIS BOOK, S.A

Cerver, Fransisco A: *Urban Architecture.* Atrium SA, Spain, 1992

First Pasific Davies Indonesia: *Dari Pointemps sampai Pricesmart.* D*isadur* dari harian KOMPAS Edisi 29 November 1996

Glossing, David dan Barry Maitland: *Design and Planning of Retail System.* Architectural Press Ltd, London, 1976

Gruen, Victor: *Centers for the Urban Environment: Survival of the Cities.* Van Nastrand Deinshold Company, New York, 1973

Hall, Peter: *Cities of Tomorrow.* BLACWELL, USA, 1993

Hendra, disadur dari Swasta Yudhayanto: *Taman Rekreasi Bahari di P. Anyer.* TA/UGM/1990

Hetteler, disadur dari Charles Jenks: *Architecture Today.* Academy Edition, London, 1986

Hoyt, Charles King: *Building for Commerce and Industry.* An Architectural Record Book, McGraw-Hill. Inc, USA, 1978

JDC: *Seminar Sehari Perencanaan Toko dan Citra Visual Meningkatkan Penjualan dalam Persaingan tahun 90-an.* Disadur dari majalah ASRI Edisi Januari/106, 1992

Jenks, Charles: *Leisure and Public Architecture.* Switzerland, 1993

Kendall, Elisabeth: *Apartment, Townhouse & Condominiums.* McGraw-Hill. Inc, 1975

La Vasser, Garry, *disadur dari majalah ASRI Edisi November/106, 1992*

Loudon, David L, disadur dari Drs. A. Anwar FM: *Analisa Perilaku.* Jakarta, 1990

Maitland, Barry: *Shopping Malls-Planning and Design.* London Construction Press, 1985

Mill, Edward D: *Planning Building for Administration, Entertainment & Recreation.* Newnes-Butterworth, London

Moore, Charles W: *Water and Architecture.* Thames & Hudson Ltd, London, 1994

Pratt, Henry: *Dictionary of Sociology.* Philosophical Library, New York, 1944

PROPERTI, Majalah: *The Mall Phenomenon.* Edisi.April/27/1996

Rathbun, Robert D: *Shopping Centers and Malls.* Retail Reporting Coorporation, New York, 1992

Saifullah, Ahmad, *MS, Ir: Apartemen, Pusat perbelanjaan dan Perkantoran, Diktat Kuliah*

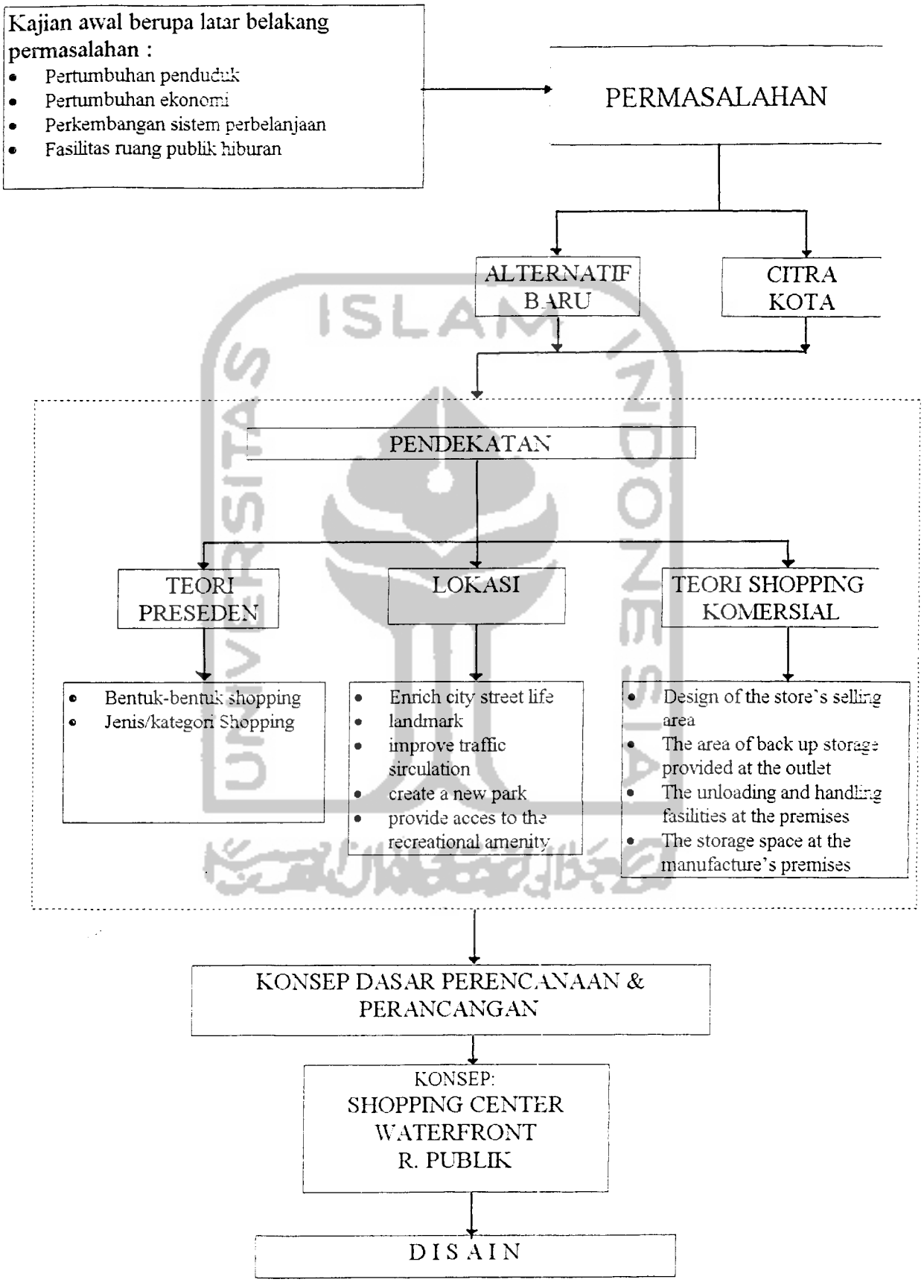
Seeley, Ivor H*: Outdoor Recreation & the Urban Environment.* Mc Milan, 1973

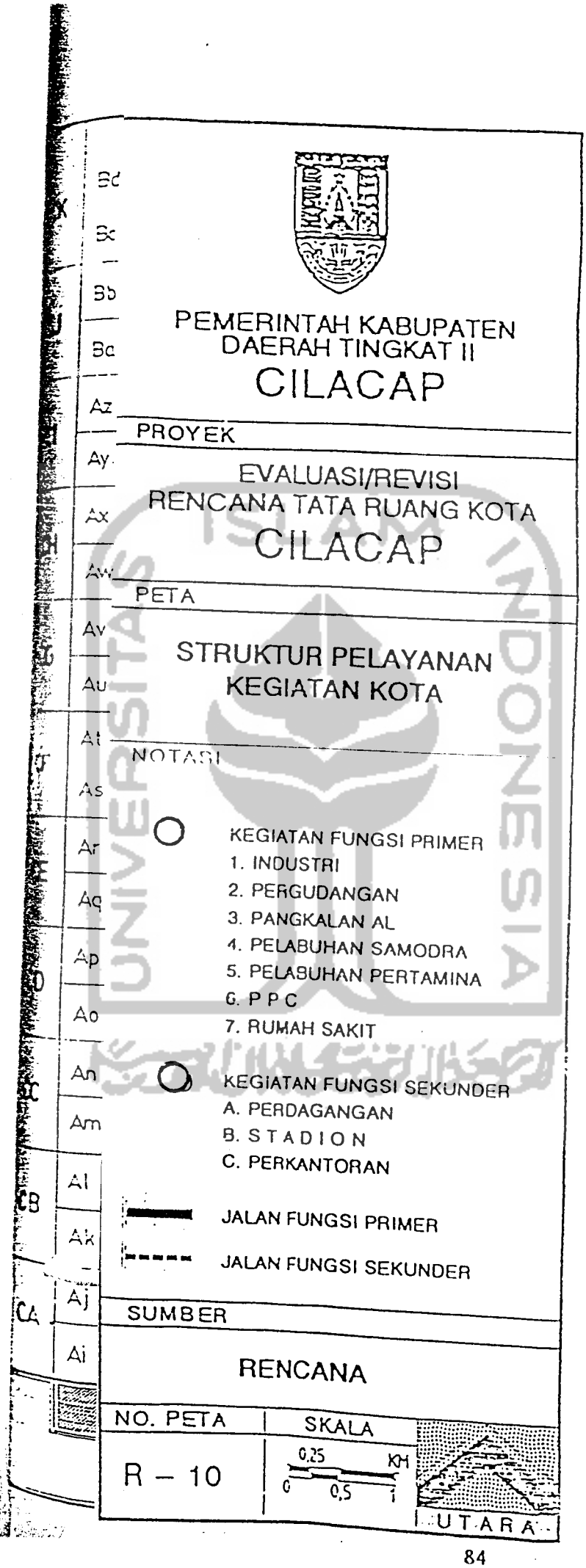
Suselo, Hendropranoto, MPW, Ir; dan Totok Priyanto, Ir: *Perkembangan Waterfront di Perkotaan: Tinjauan Aspek Tata Ruang,* Jakarta, 1993

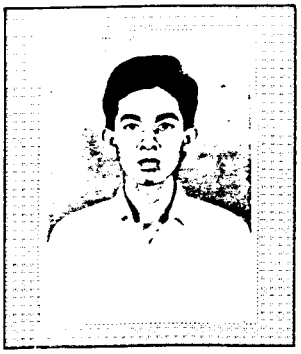
Urban Land Institute*: Shopping Center Development Hand Book.* Community Builders Handbook Series, Washington, 1977

LAMPIRAN

POLA PEMIKIRAN




PEMERINTAH KABUPATEN
DAERAH TINGKAT II
CILACAP
PROYEK
EVALUASI/REVISI
RENCANA TATA RUANG KOTA
CILACAP
PETA
STRUKTUR PELAYANAN
KEGIATAN KOTA
NOTASI
KEGIATAN FUNGSI PRIMER
1. INDUSTRI
2. PERGUDANGAN
3. PANGKALAN AL
4. PELABUHAN SAMODRA
5. PELABUHAN PERTAMINA
6. P P C
7. RUMAH SAKIT
KEGIATAN FUNGSI SEKUNDER
A. PERDAGANGAN
B. S T A D I O N
C. PERKANTORAN
JALAN FUNGSI PRIMER
JALAN FUNGSI SEKUNDER
SUMBER
RENCANA
NO. PETA
R – 10
SKALA
0,25 KM
0 0,5 1
UTARA



Dudi Krisnabrata, lahir tanggal 29 September 1972 di Purwokerto, pendidikan banyak dilalui di kota kecil tercinta Cilacap, dari TK Pertiwi, SDN 6, SMPN 2 hingga SMU 1, sampai nyari ilmu universitas di Yogyakarta, yang punya cita-cita pertama jadi dokter hingga jadi perancang yang kenamaan.

"Water as architectural material was exuberantly out of step with the straight-laced times, being possessed of mysterious qualities that, for instance, relate the water in a specific place with all the rest of the water in the world" (Charles W Moore, 1994).

Dalam penulisan buku ini saya mengambil pusat perbelanjaan dengan mengolah lingkungan pada kawasan tepian air, sehingga dapat menjadi *watermall.* Maka sebenarnya arsitektur itu dapat 'menyelami' apa yang ada yang orang mampu mendapatkan.

Maka disini saya akan mengucapkan terima kasih saya kepada orang-orang, bapak-bapak atau ibu-ibu, teman-teman, bahkan kakak-kakak atau adik-adik yang telah banyak membantu penulisan ini baik secara langsung, maupun tidak langsung dan juga yang tidak ada hubungannya sama sekali. Kuucapkan terima kasih yang tiada terhingga khususnya untuk bapak dan ibu saya yang tercinta yang selalu mendokakan saya dengan tulus dan dengan 'beasiswanya' sehingga saya selalu sehat gizinya, juga adik saya satu-satunya yang mungil dengan pertanyaan-pertanyaan yang membingungkan. Buat bapak Munichy dan Ilya yang selalu membimbing saya selama ini. Tak lupa kuucapkan terimakasih berat buat sahabatku, Budi di Arsitektur UNIKA Soegyopranoto Semarang yang juga saat ini juga lagi ngerjain TA yang selalu 'mengkompori' saya cepet-cepetan selesai. untuk temanku yang setia Asep diCilacap, thanks untuk bersedia panas-panasan bareng dilaut buat ngambil foto-foto lokasi sehingga kulit jadi rada item. juga untuk tetangga depannya yang tidak ada hubungan sodara tetapi manis-manis, thank's untuk makan-makannya. Untuk temen-temen yang lagi TA di kos Bu Debyo dengan tukar pendapatnya, dan temen-temen semua di Bu Debyo family makasih dengan sedikit hingar bingarnya sehingga saya dapat terus ngerjain buku ini tanpa ngantuk. Untuk semua saja yang belum sempet ketulis terima kasih semua deh!

DUDI®

PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA