PERPUSTAKAAN FTSP UII
HADIAH/BELI
TGL. TERIMA : 20 Maret 2007
NO. JUDUL : 002332
NO. INV. : 5120002332021
NO. INDUK. :

TUGAS AKHIR PERANCANGAN

SHOPPING ARCADE DI SAMPIT KALIMANTAN TENGAH

SHOPPING ARCADE AT SAMPIT IN CENTER KALIMANTAN

Disusun Oleh:
MAHENDRATA
01512131

Dosen Pembimbing:
IR. Arif Wismadi, MSc

JURUSAN ARSITEKTUR

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2006

MILIK PERPUSTAKAAN
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN
PERENCANAAN UII YOGYAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN

SHOPPING ARCADE
DI SAMPIT KALIMANTAN TENGAH

Disusun oleh :

MAHENDRATA

No. Mhs : 01512131

Yogyakarta, Agustus 2006

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Arsitektur

IR. Hastuti Saptorini, M. ARCH

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

IR. Arif Wismadi, MSc

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulilahhirabbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas semua rahmat dan ridho-Nya yang telah memberikan segala petujuk dan kemudahan jalan untuk menempuh segala proses Tugas Akhir sampai dengan selesai. Dan terciptanya sebuah desain Shopping Arcade yang dapat mengantarkan saya menjadi seorang Sarjana Teknik. Segala cobaan pasti ada hikmahnya dan jalan penyelesaiannya, karena Allah SWT tidak akan memberikan cobaan diluar kemampuan hamba-Nya.

Beberapa tahap tugas akhir yang telah saya lalui dan selesaikan dengan penuh perjuangan untuk memperoleh hasil yang baik tidakkan berhasil tanpa bimbingan, dukungan, doa dan bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini saya menghaturkan terima kasih saya kepada :

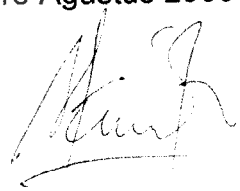
1. Allah SWT, puji syukur dan alhamdulilahhirabbil'alamin atas segalanya.
2. Kedua orang tua saya, yang telah mendukung perjuangan saya selama ini untuk mencapai cita-cita.
3. Ibu Ir. Hastuti Saptorini, M. ARCH, selaku Ketua jurusan Arsitektur. Terima kasih atas kebaikan hatinya yang telah memberi saya kemudahan.
4. Bapak Ir. Revianto BS, M. ARCH, selaku Wakil Dekan FTSP. Terima kasih atas pencerahannya. Bapak bagaikan sebuah cahaya yang menuntun kita berjalan ditengah kegelapan menuju pintu gerbang harapan, yaitu sarjana...Terima kasih banyak Bapak sejuta murid...
5. Bapak Ir. Arif Wismadi, MSc, selaku Dosen pembimbing saya. Terima kasih banyak telah menuntun saya selama ini. Banyak ilmu dan pemahaman yang saya dapat dari bapak. U Are The Best....

6. Bapak Ir. Hanif Budiman, MSA, selaku Dosen Penguji saya. Terima kasih atas segala pemasukannya yang sangat berarti dan menjadi ilmu buat saya.
7. Dosen-dosen yang telah membagikan ilmunya buat bekal saya sebagai arsitek.
8. Staff dan Karyawan UII jurusan Arsitektur, khususnya yang berada distudio TA arsitektur. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih.
9. Buat Ma2 tersayang...u are my life...Terima kasih atas perhatiannya dan semangatnya.
10. Buat teman-temanku semua.....Berjuanglah menghadapi dunia baru.

Tidak ada manusia yang sempurna, maka dari itu saya minta maaf jika banyak kesalahan dan kekurangan baik yang sedikit sengaja dan yang tidak sengaja.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb

13 Agustus 2006



MAHENDRATA

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABTRAKSI

BAB I

PENDAHULUAN 1

1.1 Pengertian judul 1

1.2 Latar belakang masalah 2

1.2.1. Kedudukan kota Sampit dalam konstelasi regional 2

1.2.2. Tinjauan perekonomian di Sampit 2

1.2.3. Perkembangan kawasan perdagangan di Sampit 3

1.2.4. Perkembangan system perbelanjaan 6

1.2.5. Potensi tepi Sungai Mentaya 8

1.2.6. Info tingkat kebutuhan penanganan lokasi atau area problem 9

1.3 Rumusan permasalahan 10

1.3.1. Permasalahan umum 10

1.3.2. Permasalahan khusus 10

1.4 Tujuan dan Sasaran 11

1.4.1. Tujuan 11

1.4.2. Sasaran 11

1.5 Lingkup pembahasan 11

1.5.1. Non arsitektur 11

1.5.2. Arsitektur 11

1.6 Metode pembahasan 12

1.7 Sistematika pembahasan 12

1.8 Kerangka pola pikir 13

1.9 Keaslian gagasan 14

BAB II TINJAUAN SHOPPING ARCADE SEBAGAI MARKET PLACE, MEETING PLACE, DAN TRAFFIC SPACE 16

2.1 Tinjauan karakter kota 16

2.1.1. The traditional city 17

2.1.2. The reconquered city 18

2.2 Teori dan studi kasus 19

2.2.1. Teori market place, meeting place, trasffic space yang mendasari kota 19

2.2.2. Studi kasus 24

2.3 Tinjauan Shopping Arcade 28

2.3.1. Pengertian shopping arcade 28

2.3.2. Karakter shopping arcade 28

2.3.3. Tata letak shopping arcade 29

2.3.4. Shopping arcade sebagai landasan konsepsual 31

2.4 Tinjauan ruang 32

2.4.1. Tinjauan ruang penghubung 32

2.4.2. Bentuk dan ruang yang akan menghubungkan ruang luar Dengan ruang dalam 33

2.4.3. Hubungan sirkulasi dengan ruang 34

2.5 Tinjauan waktu dan aktivitas 34

BAB III DATA, ANALISIS, DAN SKEMATIK 37

3.1 Lokasi site dan analisa 37

3.1.1. Lokasi 37

3.1.2. Kebutuhan ruang 38

3.1.3. Besaran ruang 40

3.1.4. Pengelompokan ruang 44

3.1.5. Pola pelaku 45

3.1.6. Organisasi ruang 47

3.2 Gagasan 49
3.2.1. Rencana arcade dan pola ruang 49
3.2.2. Bentuk integritas ruang 53
3.3 Skematik 54
3.3.1. Analisis site 54
3.3.2. Tinjauan natural setting, prilaku, lingkungan fisik 55
3.3.3. Respon desain 58
3.3.4. Komposisi geometri bentuk 61
3.3.5. Zonning/Plotting 64
3.3.6. Skema pembagian wilayah kegiatan 65
3.3.7. Skema gubahan massa 66
3.3.8. Bentuk Arcade dan plaza 67
3.3.9. Bentuk denah 69
3.3.10. Integrasi ruang shopping arcade 70
3.3.11. Orientasi bangunan 74
3.3.12. Traffic space 75
3.3.13. Periode waktu aktivitas 76
3.3.14. Integrasi ruang dalam dan ruang luar 82

BAB IV LAPORAN PERANCANGAN 86
4.1 Perkembangan desain 86
4.1.1. Kreteria desain shopping arcade 86
4.1.2. Desain shopping arcade 86
1)a. Site plan 86
b. Denah 88
c. Bentuk massa bangunan dan fasade bangunan 90
d. Struktur 92
e. Penzoningan 93
f. Area meeting place, traffic space dan market place 94
2) Kebutuhan ruang Shopping Arcade 95

ABSTRAKSI

Di lihat dari tinjauan keadaan eksisting pasar sampit yang berada di tepi sungai mentaya, sebelah utara terdapat dermaga kapal penumpang, sebelah timur sungai mentaya dan kota seberang, sebelah selatan area pasar tradisional, dan sebelah barat terdapat ruko-ruko. Dari empat aktivitas tersebut menciptakan masalah pada ruang public dan memerlukan penanganan dengan perencanaan desain yang dapat menjadi solusi.

Secara garis besar masalah dan kebutuhan yang ditimbulkan pada area public tersebut antara lain ; Lingkungan sekitar menjadi kotor dan kumuh penuh sampah, pola pasar yang berbentuk linier yang membuat suasana dibelakangnya menjadi tidak nyaman, daerah pedestrian disalah gunakan dengan masuknya kendaraan dan pedagang kaki lima. Sehingga tidak nyaman untuk meeting place, market place, dan traffic space yang tidak teratur, sebuah penginapan yang dapat menjadi tempat persinggahan sementara dan peristirahatan penumpang dari pelabuhan dan lainnya, dan di butuhkannya sebuah pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat urban sepanjang waktu untuk meningkatkan perekonomian kota sampit.

Desain Shopping Arcade yang di rancang di kota Sampit ini merupakan suatu pusat perbelanjaan baru dan modern yang mempunyai fungsi komersial yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat urban sepanjang masa dan dapat menjadi sektor perekonomian baru di kota Sampit. Desain Shopping Arcade ini juga merespon akan natural setting, prilaku, dan lingkungan fisik, Sehingga desain Shopping Arcade dapat sesuai dengan lingkungan sekitar, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan.

Dalam aktivitas urban, desain Shopping Arcade dapat menjadi tempat jual beli atau pasar (market place), tempat melakukan pertemuan (meeting place), dan juga lalu lintas ruang (traffic space). Sehingga ruang publik di kota Sampit dapat tertata dan terencana.

BAB I
PENDAHULUAN

SHOPPING ARCADE DI SAMPIT KALIMATAN TENGAH SEBAGAI LANDASAN KONSEPTUAL PERANCANGAN

1.1 Pengertian judul

Ada beberapa pengertian yang dapat dijadikan acuan dalam memahami judul diatas :

a. Pusat Perbelanjaan

- Sebuah tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang atau jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan adalah memetik keuntungan.[1]
- Sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi.[2]

b. Arcade

- Jalan-jalan umum atau sekumpulan sistem dengan *tress* atau belokan-belokan yang dirancang khusus untuk para pejalan kaki *(A public plaza, walk, or system of walk set with tressand dsign for pedestrian use)* [3]
- Arcade adalah jalur pertokoan bagi pejalan kaki (A pedestrianished shoping street); yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas,(1 gang beratap.2 gedung yang mempunyai gang yang beratap biasanya ditempati toko-toko) biasa [4]

C. Ruko adalah rumah dan toko.[3]

---

[1] Victor Gruen, 1973, hal 23
[2] Bendington, 1982 : p.28
[3] M. B. Ali , Kamus Bahasa Indonesia,1997

1.2. Latar Belakang Masalah

1.2.1 Kedudukan Kota Sampit Dalam Konstelasi Regional

Kota Sampit secara administratif terletak di Kabupaten Kotawaringin Timur, dan akan diperlihatkan kedudukan Kota Sampit dalam konstelasi regional. Kabupaten Daerah Tingkat II Kotawaringin Timur adalah salah satu kabupaten dalam Propinsi Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah. Secara geografis kabupaten ini terletak pada posisi 111°0'46"BT, dan 0°23'14" – 3°32'54" LS.

Luas Kota Sampit secara administratif mencapai 21.171.5 ha, sedangkan luas daerah terbangun (built-up area atau urban area) mencapai 3.507 ha, atau sekitar 16,5%. Dengan demikian sebagian besar wilayah administratif kota Sampit masih merupakan wilayah tidak terbangun.

Secara Hidrologi, Kota Sampit terletak dipinggir Sungai Mentaya yang memiliki lebar ratat-rata 40 meter dan kedalaman rata-rata 6 meter. Selisih pasang surut dan pasang naik dari Sungai Mentaya berkisar antara 2 – 2,5 meter.[2]

Empat issue yang melatar belakangi pembahasan adalah (a) tinjauan perekonomian Sampit, (b) perkembangan kawasan perdagangan, (c) perkembangan system wadah perbelanjaan, dan (d) pemanfaatan tepi Sungai Mentaya sebagai tempat rekreasi.

1.2.2 Tinjauan Perekonomian Di Sampit

Pertumbuhan perekonomian Sampit secara kuantitatif cukup besar dan didominasi oleh sektor-sektor industri pengolahan (23,37%), perdagangan restauran dan hotel (20,21%), pemerintahan (17,85%). Data itu menunjukkan bahwa perdagangan dan jasa komersil cukup berperan dalam pertumbuhan perekonomian Kota Sampit. Ditinjau dari waktu pergerakan perekonomian di Sampit paling besar terjadi pada siang hari dimana aktivitas perdagangan, kantor, rekreasi, dan pergerakan barang dan jasa berlangsung. Di malam pergerakan perekonomian melemah dengan turunnya aktivitas masyarakat, dan

hanya di beberapa sektor hiburan malam saja yang melayani aktivitas masyarakat dan lokasinya berada jauh dari pusat kota.

Dari tinjauan tersebut, roda perekonomian di kota Sampit dapat dimaksimalkan dengan meningkatkan waktu aktivitas transaksi masyarakat sepajang waktu. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan kota Sampit.

Mengkaji dari hasil pemetaan penggunaan kota Sampit Tahun 1996 terlihat 5 (lima) fungsi kota yang cukup dominan untuk Kota Sampit, yaitu :

- Sebagai pusat jasa
  Khususnya dibidang jasa keuangan yang ditandai dengan lengkapnya lembaga perbankan. Sebagian besar perbankan berada dekat kawasan perdagangan dan pelabuhan. Mengingat fungsi ini erat, maka fungsi perbankan dipusat kota ini perlu dipertahankan.
- Sebagai pusat perdagangan
  Yang ditandai dengan hadirnya pasar lokal maupun grosir, pertokoan, gudang pelabuhan. Dengan ditetapkannya kota Sampit sebagai pusat perkembangan utama di Propinsi Kalimantan Tengah, maka dapat diperkirakan fungsi ini akan berkembang pesat sehingga akan membutuhkan lahan perluasan. [4]

1.2.3 Perkembangan Kawasan perdagangan Di Sampit

Di wilayah RT/RW propinsi Kalimantan Tengah maupun Pengembangan Kawasan Strategis Sampit – Pangkalan Bun, memberikan arahan kepada kota Sampit sebagai kota Orde I dengan menekankan fungsi kota Sampit sebagai perdagangan (pintu gerbang ekonomi Kalimantan Tengah) dan kota pelabuhan.

Kota juga adalah suatu pasar, di mana jasa dan barang-barang ditawarkan dan ditukar. Akhirnya, kota adalah suatu jalan yang menyediakan akses ke dan menghubungkan berbagai penggunaan dari

[4] PEMDA KOTIM, RTBL kota sampit 1998

kota. Orang-orang berjalan-jalan dan barang-barang beredar dari satu orang ke orang lainnya.

Di kota sepanjang waktu, ruang publik sudah melayani secara serempak sebagai tempat bertemu (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place). Ruang publik telah berfungsi sebagai tempat bertemu, lalu lintas ruang dan pasar. Kota merupakan suatu tempat untuk orang-orang bertemu dan menyambut satu sama lainnya, suatu tempat untuk menukar informasi tentang kota dan masyarakat, suatu tempat dimana peristiwa penting berlangsung.[5]

Ditinjau dari kota Sampit sebagai kota pelabuhan, aktivitas yang terjadi dalam sehari ada 2 kapal penumpang yang bersandar di dermaga dengan menurunkan penumpang antara 200-300 orang. Karena pelabuhan sampit merupakan dermaga satu-satunya dikalimantan tengah. Peredaran barang dan pertumbuhan populasi menyebabkan kota Sampit menjadi padat. Karena Sampit merupakan gerbang distribusi barang dan pendatang.[6]

Dilihat dari jumlah kedatangan penumpang kapal yang datang ke kota Sampit, memungkinkan kota Sampit menjadi tempat persinggahan sementara penumpang untuk mencapai tujuannya. Jadi pergerakan penumpang tersebut berpotensi untuk membuat sebuah tempat hunian yang akan menjadi tempat persinggahan sementara untuk beristirahat dan berekreasi di kota sampit. Sehingga banyaknya terdapat penginapan yang berada ditepi dermaga yang menyebabkan kekumuhan suasana dikarenakan kurang terawatnya fasilitas tersebut.

Pengaruh yang muncul dengan adanya potensi tersebut adalah peningkatan jalan A Yani, jalan Baamang I dan Jalan Ir.H. Juanda sebagai jalan arteri primer yang menghubungkan Kota Sampit dengan kota-kota : Palangkaraya, Pangkalan Bun dan Samuda. Pengaruh lain yang muncul adalah kegiatan perdagangan di pusat kota semakin tinggi intesitasnya. Pada saat sekarang kegiatan perdagangan lokal dan regional manjadi satu, untuk mendapatkan efisiensi penataan kota, maka

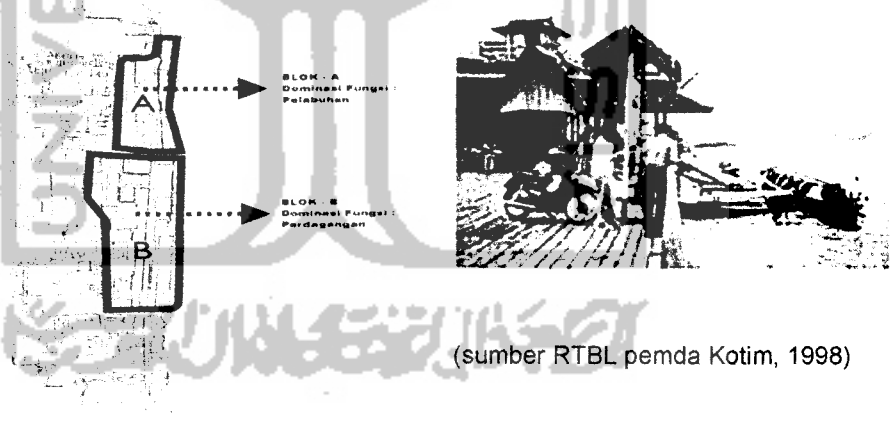
[5] Jan Gehl & Lars Gemzoe, New City Spaces
[6] Kalteng pos, Kepadatan penumpang, 16 mei 2004

akan diambil kebijakan memindahkan fungsi perdagangan lokal (pasar inpres) kearah jalan A. Yani atau ke sub pusat perkotaan yang baru. (*RT/RW Propinsi Kalimantan Tengah 1995*).

Sebagai daerah yang secara langsung merupakan bagian wilayah dari kota Sampit secara keseluruhan, maka tinjauan sistem transportasi dipusat kota Sampit tidak terlepas dari suatu sistem yang lebih luas. Transportasi darat dan air merupakan sistem transportasi yang akan dikembangkan dikawasan perencanaan dengan memadukan kedua jenis jalur pergerakan.

(Transportasi menurut RUTRK 1995)

Sistem transportasi air dengan sungai sebagai sarana utamanya dikawasan perencanaan masih memerlukan penataan dalam penggunaan jalur pelayaran sungai dan bangunan guna ketertiban. Penataan dermaga ditepi sungai Mentaya bisa dijadikan sebuah solusi untuk memecahkan masalah tersebut.[7]



(sumber RTBL pemda Kotim, 1998)

[7] Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) 1998

Pemanfaatan Lahan Kota Sampit sampai tahun 2013

No.	Kategori Penggunaan Lahan	Rencana Lokasi	Dasar Pertimbangan Utama
1	Kawasan perkantoran pemerintah	Km 5 ke arah kota Pangkalan Bun	Kebijaksanaan Pemda Tingkat II Kabupaten Kotawaringin Timur
2	Perdagangan Regional	sekitar pelabuhan, Jl. Iskandar, Jl. rahadi Usman dan Jl. Yani	• keterkaitan fungsional yang kuta dengan fasilitas pelabuhan • fasilitas pendukung relatif lengkap
3	Perdagangan, jasa dan pelayanan umum skala kota	sepanjang Jl. A yani sampai ke Bundaran	nilai lahan sangat strategis untuk penggunaan yang economic oriented
4	Pusat perdagangan jasa perkotaan	Kelurahan Ketapang dibatasi oleh Jl. HM Arsyad dan Jl. HM Imran	• telah terbentuk konsentrasi ukuran kecil • masih tersedia lahan cukup • diapit oleh jalan kolektor sekunder
5	Kawasan olaha raga utama kota	Jl. Sukabumi	• posisinya bersifat sentral terhadap kawasan pendidikan • sudah terdapat lapangan olah raga • tersedia lahan • nilai ekonomis lahan relatif rendah
6	Kawasan pendidikan tinggi	Jl. Tjilik Riwut arah Palangkarayai	• lokasi jauh dari sumber kebisingan • relatif dekat dengan sarana olah raga
7	Kawasan pendidikan menengah	• Jl. S. Parman • Kelurahan Baamang	• sudah terbentuk konsentrasi fasilitas pendidikan menengah • dekat dengan fasilitas pendukung, khususnya fasilitas olah raga
8	Pusat pelayanan kesehatan utama	Kompleks RSU Jl. HM Arsyad	• fasilitas pendukung sudah tersedia • lahan cukup luas • jauh dari kebisingan • di pinggir jalan kolektor

sumber : RUTRK Sampit 1995

1.2.4 Perkembangan Sistem Perbelanjaan

Nilai kehidupan modern, membuat tuntutan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan kegiatan yang sangat tinggi. Dalam dunia perdagangan misalnya, seorang konsumen tidak lagi sekedar berbelanja namun juga ingin menikmati suasana dan fasilitas. Sementara para pedagang pun cenderung tidak lagi sekedar menjual, melainkan juga ingin menyuguhkan suasana khusus dan kenyamanan menarik minat

pengunjung. Disisi lain keterbatasan lahan dan tingginya nilai ruang menyebabkan orang cendrung mengupayakan efektivitas komersil.

Akibatnya sistem wadah perbelanjaan mulai bergeser. Sistem lama (pertokoan linier/shoping Street dan pasar tradisional mulai ditinggalkan). Orang mulai beralih kebentuk pusat-pusat perbelanjaan modern yang tidak hanya menawarkan kelengkapan dan juga kenyamanan, kemudahan serta efektivitas yang tinggi. *Phil seefeld menekankan bahwa pusat perbelanjaan memiliki fungsi sosial sebagai lingkungan untuk berkomunikasi.*[8]



(sumber RTBL pemda Kotim, 1998)

Kondisi eksisting pasar dapat dilihat begitu kumuh dan semrautan, dimana tempat pejalan kaki dimasuki kendaraan roda empat, roda dua dan becak. Sehingga sirkulasi kacau dan tidak terkendali. Pedestrian yang seharusnya berada di sepanjang jalan pasar linier ini sudah tidak terlihat lagi. Pola pasar berbentuk linier ini hanya berorientasi sisi muka jalan sehingga "menjepit" lingkungan dibelakangnya. Bentuk linier dan sifat usaha individual kurang efektif ditinjau dari pemanfaatan nilai lahan dan daya saing usaha. Jadi area publik ini tidak bisa lagi menjadi meeting place, market place yang nyaman, dan traffic space yang teratur untuk pedestrian dan kendaraan.

Dilihat dari kondisi diatas maka perlunya perencanaan dan solusi yang dapat menyelesaikan masalah untuk menciptakan ruang publik yang terencana. Dimana area publik ini bisa dijadikan tempat yang nyaman buat bertemu agar terjalin komunikasi, dan melakukan aktivitas

[8] Kafi Kurnia, Evolusi Desain Arsitektur Pusat Perbelanjaan, ASRI, No. 66 hal 28.

jual beli yang nyaman untuk dikunjungi dan juga dapat menjadi tempat rekreasi.

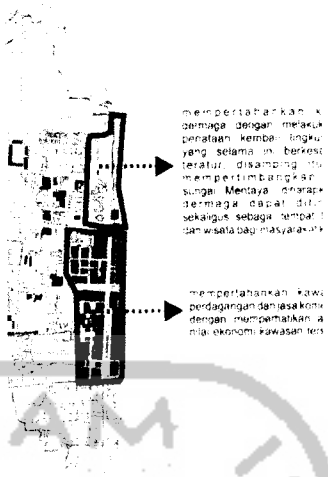
Berdasarkan dari faktual diatas menimbulkan konsep Shopping arcade, dengan pola yang sebenarnya merupakan redesign dari sistem pertokoan linier, melalui revitalisasi arcade-nya. Diharapkan dari sistem ini, timbul suasana pusat perbelanjaan yang lebih sederhana, nyaman rekreatif dan familiar dengan kualitas lingkungan lebih terbuka dan terlihat luas. Dan area publik ini bisa menjadi tempat meeting place, market place, traffic space yang dapat mensolusikan permasalahan ruang publik di area pasar tersebut.

1.2.5 Potensi tepi Sungai Mentaya

Jumlah sarana hiburan yang rekreatif di pusat kota sangat minim , padahal keberadaan sungai mentaya yang representatif dengan berbagai potensi alam dan kemudahan pencapaian dari setiap sudut kota memungkinkan kawasan sungai mentaya layak untuk dijadikan sebagai kawasan rekreatif komersial berskala kota regional. Di satu sisi, sungai mentaya sebagai kawasan rekreasi dapat menumbuhkan mata pencarian baru bagi masyarakat setempat.[9]

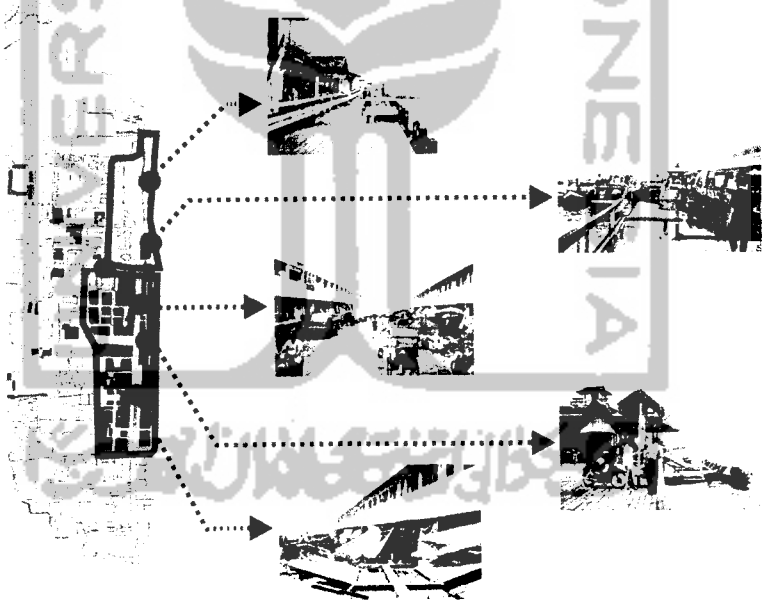
Konsep untuk ruang publik yang diperluas adalah menciptakan kondisi-kondisi dan ruang untuk pejalan di bawah ketentuan layak dan peluang pengembangan memastikan untuk sosial dan aktivitas berkenaan dengan kota dan rekreasi.[10]

[9] Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) 1998
[10] Jan Gehl & Lars Gemzoe, New City Spaces



(sumber RTBL pemda Kotim, 1998)

1.2.6 Informasi tingkat kebutuhan penanganan lokasi atau area problem



(sumber RTBL pemda Kotim, 1998)

- Kegiatan perdagangan di wilayah sepanjang Sungai Mentaya sebagian bersifat semi permanen dan non permanen yang pada umumnya mempunyai kondisi yang buruk, tidak memenuhi persyaratan pemukiman yang sehat sehingga menimbulkan

kebiasaan dari perilaku penduduk untuk hidup secara tidak sehat. Padahal daerah tepi sungai mempunyai potensi sebagai objek rekreasi tepi sungai.

- Pola pasar berbentuk linier hanya berorientasi sisi muka jalan sehingga "menjepit" lingkungan dibelakangnya. Bentuk linier dan sifat usaha individual kurang efektif ditinjau dari pemanfaatan nilai lahan dan daya saing usaha. Daerah pedestrian disalah gunakan dengan masuknya kendaraan dan pedagang kaki lima. Sehingga tidak nyaman untuk meeting place, market place, dan traffic space yang tidak teratur.
- Sebuah penginapan yang dapat menjadi tempat persinggahan sementara dan peristirahatan penumpang dari pelabuhan dan lainnya.
- Dibutuhkannya sebuah pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat urban sepanjang waktu untuk meningkatkan perekonomian kota Sampit.

1.3 Rumusan Permasalahan

1.3.1 Permasalahan Umum

- Bagaimana shopping arcade dapat menjadi alternatif yang baru dari pola pasar berbentuk linier sehingga dapat menciptakan ruang publik yang dapat merespon kebutuhan masyarakat akan meeting place, market place, dan traffic space sepanjang waktu.
- Bagaimana integrasi ruang shopping arcade dalam memadukan tiga sisi kegiatan yang berbeda yaitu aktivitas pasar, pertemuan, dan lalu lintas ruang kedalam satu bentuk rancangan.

1.3.2 Permasalahan Khusus

Bagaimana menciptakan ruang luar dan ruang dalam shopping arcade yang dapat mengintegritas tiga fungsi kegiatan yang

berbeda yaitu aktivitas pasar, pertemuan, dan lalu lintas ruang dalam satu wadah.

1.4 Tujuan dan Sasaran

1.4.1 Tujuan

Membuat desain shopping arcade yang dapat mengintegrasikan ruang publik market place, meeting place, traffic space sehingga dapat berfungsi sebagai wadah aktivitas urban sepanjang waktu.

1.4.2 Sasaran

- Menghasilkan ruang pasar, tempat bertemu, dan juga rekreasi.
- Menghasilkan perumusan shopping arcade sebagai alternatif baru wadah sektor perdagangan dan lalu lintas ruang di Kota Sampit.
- Membuat integrasi ruang luar dan ruang dalam yang rekreatif agar suasana market place, meeting place, dan traffic space dapat menjadi nyaman.

1.5 Lingkup Pembahasan

1.5.1 Non Arsitektur

Secara teoritikal pembahasan meliputi pembahasan sosial dan ekonomi, yang terkait dengan perencanaan bangunan shopping arcade.

1.5.2 Arsitektural

Pembahasan meliputi :

1. Aspek fisik bangunan terdiri dari lokasi, penataan massa bangunan, penampilan tata ruang luar dan ruang dalam, arsitektur dan struktur bangunan, yang terkait dengan latar belakang permasalahan.
2. Sirkulasi pedestrian yang akan dibuat secara rekreatif.

3. Menggabungkan fungsi ruang satu dengan yang lain dalam tiga kegiatan pasar, pertemuan, dan sirkulasi dalam satu wadah.
4. Penataan fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung.
5. Merespon perilaku/pola kegiatan masyarakat, natural setting, dan lingkungan fisik untuk menciptakan ruang dan dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar.

1.6. Metode Pembahasan

Pembahasan menggunakan metode analisis sintesis, yakni mengidentifikasi masalah, menganalisa variable-variabel terkait dengan studi komparatif, malakukan pendekatan arsitektural dan menyusun konsep perancangan sebagai transformasi penerapan pemecahan masalah.

Perolehan data primer dan data sekunder dilakukan dengan studi pustaka, studi lapangan dan studi kasus yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

1.7. Sistematika Pembahasan

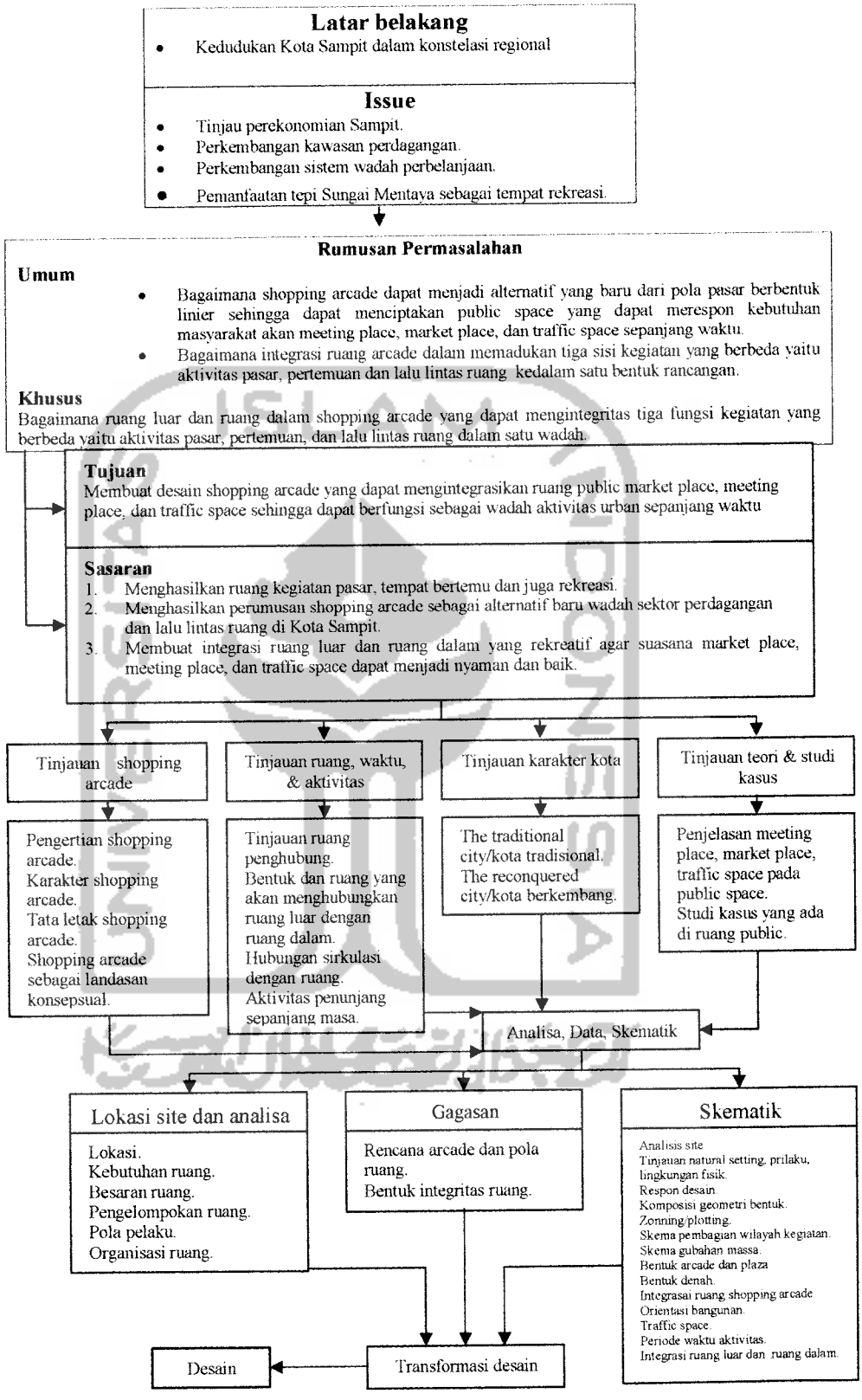
Bab I. Berisi latar belakang perumusan masalah, tujuan dan sasaran lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika pembahasan.

Bab II. Berisi pengenalan shopping arcade dan tinjauan kota dan teori market place, meeting place, dan traffic space. Studi kasus.

Bab III. Data, analisa, skematik

Bab IV. Konsep dasar perencanaan dan perancangan. Mengemukakan hasil akhir berupa rumusan keputusan-keputusan konsep dasar perencanaan dan perancangan sebagai langkah awal untuk menuju kearah transformasi desain.

1.8. Kerangka Pola Pikir



1.9. Keaslian Gagasan

Untuk membedakan terhadap penekanan tinjauan dalam penulisan Tugas Akhir ini maka disertakan contoh penulis Tugas Akhir yang pernah dibuat guna menghindari permasalahan yang sama, yaitu sebagai berikut :

- SHOPPING MALL SEBAGAI PUSAT PERBELANJAAN, REKREASI, dan INFORMASI DI CILACAP. Arif Nuryadi 87340008/TA 870051013116120008
  - Permasalahan umum :
    a. Bagaimana menentukan klasifikasi shopping mall sesuai kebutuhan pada pusat kawasan pengembangan kota baru.
    b. Bagaimana sirkulasi dan penataan ruang mall dalam kaitannya memadukan tiga sisi kegiatan yang berbeda yaitu perbelanjaan yang meliputi (sektor formal dan informal), rekreasi dan informasi kedalam bentuk rancangan.
  - Permasalahan khusus :
    Bagaimana building performance dari shoping mall dapat mencerminkan diri sebagai land mark pada pusat perdagangan kota baru (new town).

- SHOPPING MALL DI SEMARANG, Dedy Rudyanto 88340022/TA 880051011201120020.
  - Permasalahan umum :
    Bagaimana shopping mall sebagai alternatif baru sistem pusat perbelanjaan dan rekreasi dapat lebih memadai tuntutan kebutuhan kegiatan belanja dan rekreasi dari sistem-sistem yang ada, melalui ungkapan khas suasana ruang publik/mall-nya.

- Permasalahan khusus :

  Bagaimana shopping mall tersebut 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.

BAB II
TINJAUAN SHOPPING ARCADE SEBAGAI MARKET PLACE, MEETING PLACE, DAN TRAFFIC SPACE

2.1 Tinjauan karakter kota

Dari tinjauan ini akan diamati karakter suatu kota yang menunjukkan beberapa permasalahan dan solusi akan ruang publik untuk pemanfaatannya dalam aktivitas urban. Sehingga market place, meeting place, dan traffic space menjadi solusi yang tepat dalam pemanfaatan area publik yang akan mendasari pembentukan atau perencanaan sebuah shopping arcade di Sampit. Dimana ruang publik di Sampit memiliki permasalahan yang sama. Jadi dari karakter-karakter tersebut dapat diambil solusi yang tepat sebagai penyelesaian permasalahan yang ada.

Suatu perbedaan yang terlihat pada wajah kota dan pola budaya di dalam negara-negara di mana komunikasi, transportasi dan pasar sudah mengalami perubahan radikal dalam abad terakhir memberi suatu gambaran yang bervariasi menyangkut penggunaan ruang publik dan kondisi-kondisi untuk penggunaan dari kota sebagai area publik. Penggunaan yang baik suatu ukuran penyederhanaan, dalam posisi ini di dalam sejarah adalah untuk mengamati dan menguraikan empat jenis perbedaan kota.[11]

- Kota Yang tradisional - di mana tempat pertemuan (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place) berjalan seimbang untuk waktu yang sama.
- kota Yang di datangi - di mana penggunaan yang didominasi pada umumnya lalu lintas mobil, telah mengambil alih kuasa wilayah atas biaya penggunaan ruang kota.
- kota Yang ditinggalkan - di mana ruang publik dan publik hidup sudah menghilang.

[11] Jan Gehl & Lars Gemzoe, New City Spaces

- kota Yang dibangun kembali - di mana usaha kuat sedang dibuat untuk temukan suatu pertimbangan baru, yang dapat dikerjakan antara penggunaan dari kota sebagai tempat bertemu (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place).

2.1.1 The traditional city

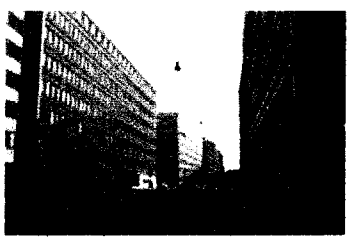
Di Abad Pertengahan, muncul pendapat pada kota pejalan kaki. Jalan adalah menyesuaikan diri dengan - lalu lintas dan sudut jalan yang dikhususkan ke penggunaan ruang pasar, pertemuan-pertemuan kota, pawai militer, prosesi religius dan seterusnya.

Bahkan masa kini, terutama sekali di Eropa, masih ada banyak kota yang strukturnya dibentuk selama periode itu, dan begitu pusat dari banyak kota Mengenai Eropa masih mempunyai karakter dari Abad Pertengahan, seperti halnya banyak desa/kampung dan kota kecil.

Contoh yang terisolasi dari kota pertengahan tetap utuh melanjut kefungsi di dalam cara tradisionil, dengan Venice sebagai salah satu dari contoh yang terbaik yang dikenal. Umum kota dan ruang publik menyangkut periode itu adalah bahwa mereka melanjut menjadi baik cocok untuk semua jenis aktivitas pejalan kaki. *Skala dari kota ini, dimensi dari jalan, distribusi berguna sepanjang jalan dan sudut jalan, skala dan detil bangunan adalah selaras dengan rasional dan peluang manusia untuk pergerakan, dan dapat mendukung akan perjalanan pejalan kaki secara langsung.*

Di kota sepanjang waktu, ruang publik sudah melayani secara serempak sebagai tempat bertemu (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place). Dalam kota di mana lalu lintas mobil itu belum diijinkan untuk mengambil alih





2.1.2 The reconquered city

Dimasa lalu 30 - 40 tahun tertarik sebuah ruang publik dan public hidup telah mulai untuk tumbuh lagi, sering sebagai reaksi langsung kepada kondisi-kondisi yang lebih miskin untuk kedua-duanya, dan di banyak kota kini usaha sedang dibuat untuk memberi pejalan kaki dan berkenaan hidup dengan hambatan kota lebih baik. Cukup berlawanan, satu sumber inspirasi yang penting datang dari belanja malls, terutama sekali di dalam AS. Era 1920s ketika dibangun malls yang pertama, jelas pelanggan telah lured harus ke luar dari mobil mereka dan ke dalam car-free yang berbelanja dalam rangka mempunyai kedamaian hati untuk berkonsentrasi pada belanja. Sedangkan pejalan kaki dibuatkan jalan lebih mudah untuk orang-orang berjalan ke pusat keramaian kota, tujuan yang utama mempunyai kenyamanan agar mereka akan sampai kepada pusat perbelanjaan.

Gagasan untuk penggunaan ruang publik sebagai ruang rekreasi dan sosial tumbuh secara berangsur-angsur dan diperkuat sepanjang dekade. Jane uraian Yakob menyangkut pengembangan di dalam kota besar Amerika di dalam buku nya " The Death and Life of Great American Cities", yang diterbitkan pada tahun 1961, mempunyai peran utama. Banyak penelitian Amerika Mengenai Eropa juga yang disokong dengan menunjukkan pentingnya format hidup publik yang bervariasi di dalam masyarakat ruang kota. Koneksi antara kota besar bermutu dan tingkat karakter kota yang hidup adalah didokumentasikan selama periode ini. Yang terutama sekali di dalam Eropa, tradisi sepertiga dan sumber inspirasi sangat penting. Banyak kota Mengenai Eropa tetap menangani suatu tradisi penggunaan yang lincah terhadap ruang publik untuk sosial dan aktivitas berkenaan dengan rekreasi. Sepanjang Seluruh periode ini, 1960s dan 1970s, semakin banyak jalan pejalan kaki, area dan ruang santai didirikan di kota besar Mengenai Eropa. Kondisi-Kondisi untuk pejalan kaki adalah secara berangsur-angsur ditingkatkan di banyak jalan yang lain di kota. Trotoar kaki lima dilebarkan dan ditingkatkan dengan mebel jalan, pohon dan bunga.

Suatu rotasi penting menunjukkan situasi lalu lintas di dalam kota menjadi krisis minyak mulai 1973. Retakan di dalam perluasan lalu lintas yang didorong ke arah usaha direncanakan untuk membatasi penggunaan mobil di dalam kota seperti halnya ukuran lain untuk memastikan suatu pertimbangan lebih baik antara pengendara motor dan format pengangkutan lain. Minat akan bicycling dan pengangkutan umum akan tumbuh. *Sepanjang periode ini, konsep untuk ruang publik yang baru diperluas. ketika yang terbatas pada minat komersil sempit, konsep sekarang mempunyai suatu fokus yang lebih luas menciptakan kondisi-kondisi dan ruang untuk pejalan di bawah ketentuan layak dan peluang pengembangan memastikan untuk sosial dan aktivitas berkenaan dengan kota dan rekreasi.*

Walaupun banyak kota besar di Negara Jerman dan Scandinavia memelopori *usaha untuk menahan mobil dari pusat kota dan menciptakan kondisi-kondisi yang lebih tenang untuk pejalan kaki*, adalah di Barselona, mulai sekitar 1980, bahwa suatu konsep ruang publik yang lebih luas dirumuskan di dalam suatu kebijakan ruang publik co-ordinated. Selama 50 tahun, semua ruang kota telah ditaklukkan oleh mobil. Sekarang kota besar sedang melawan, kedua-duanya secara fisik dan secara kultural. juga di Barselona bahwa konsep " kota besar yang ditaklukkan kembali" dilahirkan. Dalam kaitan dengan kedua-duanya gagasan dan perumusan secara ilmu bangunan spesifik, kebijakan ruang publik di di Barselona datang kepada main suatu peran utama di dalam pengembangan lebih lanjut . Apa yang terjadi di Barselona menjadi titik awal untuk suatu periode baru, yang keras 20 tahun yang lalu/ menyangkut abad 20, di mana terus meningkat ruang berkenaan dengan *kota lebih baik diciptakan atau diperbaharui, dalam rangka memastikan ruang publik baik untuk jenis hidup publik yang baru.*

2.2 Teori dan strudi kasus

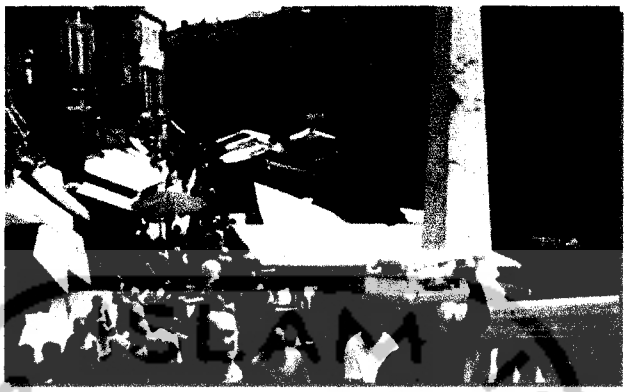
2.2.1 Teori market place, meeting place, dan traffic space yang mendasari kota

Walaupun pola teladan pemakaian telah bervariasi selama sejarah, di samping perbedaan, sulit dipisahkan dengan cara lainnya, ruang publik telah berfungsi sebagai tempat bertemu (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place). Kota merupakan suatu tempat untuk orang-orang bertemu dan menyambut satu sama lainnya, suatu tempat untuk menukar informasi tentang kota dan masyarakat, suatu tempat dimana peristiwa penting misalnya : penobatan, prosesi, festival dan pesta, pelaksanaan dan pertemuan-pertemuan kota, dan lainnya.

Kota juga adalah *suatu pasar*, di mana jasa dan barang-barang ditawarkan dan ditukar. Akhirnya, kota adalah suatu jalan yang menyediakan akses ke dan menghubungkan berbagai penggunaan dari kota. Orang-orang berjalan-jalan dan barang-barang beredar dari satu orang ke orang lainnya.

Di masa lalu, ketika kebanyakan pergerakan diselenggarakan berjalan kaki, cenderung suatu yang baik menyeimbangkan antara ke tiga penggunaan berhubungan dengan kota itu. *Pejalan kaki bisa berjalan di mana mereka memerlukan untuk pergi, bertemu, berdagang, berbicara dan menerima pemantauan termasuk perjalanan yang sama melalui kota. Penggunaan dari kota diselenggarakan secara serempak di dalam ruang publik yang sama.* Bagaimanapun, di abad 20, yang pertama sekali di dalam negara-negara yang industrialised, kondisi-kondisi untuk ke tiga penggunaan ruang publik yang utama berubah. Pola teladan lalu lintas baru, komunikasi dan perdagangan menjadi sangat radikal yang mereka sebut tradisi berabad-abad seperti bagaimana orang-orang menggunakan kota. Sepeda dan Kereta elektris, di perkenalkan pada ujung abad yang 19th, memberi orang-orang suatu cakupan lebih luas dan mengijinkan kota besar untuk memperluas dengan mantap di area itu. Ketika mobil diperkenalkan pada awal abad 20, pola transportasi berubah secara dramatis. Terutama setelah Perang dunia yang kedua , perdagangan mobil di kota besar yang dikembangkan sangat cepat sekali dan penggunaan ruang publik jadi

berubah. Mobil yang beredar membuat lalu lintas semrautan dan tidak tertata di sepanjang jalan yang digunakan dari kota besar sebagai tempat bertemu dan pasar/perdagangan. Dan kejadian itu telah berjalan selama berabad-abad dan kini di dalam konflik terbuka.



Secara otomatis ada sesuatu yang baik menyeimbangkan antara fungsi kota sebagai tempat bertemu (meeting place), pasar (market place) dan lalu lintas ruang (traffic space). Pola teladan ini berkembang di dalam sejumlah kota besar, tua, awet, seperti Venice, Italia, mengarah kesitu.





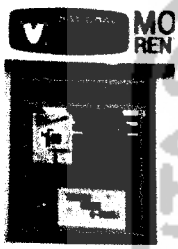
Perdagangan dan lalu lintas sudah dengan sepenuhnya mengubah karakter selama abad 20 itu. Mobil sudah mengambil alih jalan (Madrid, Spanyol, ditinggalkan jauh), dan belanja telah berpindah ke dalam bangunan bawah tanah yang menjadi pusat perbelanjaan, Nagoya, Jepang).

Kota sebagai pasar (market place) juga mengalami perubahan dramatis dalam abad 20. Perdagangan dari warung terbuka secara berangsur-angsur gerak ke toko kecil sepanjang jalan dan sudut atau tepi, kemudian ke supermarket dan toko yang lebih besar, dan akhirnya ke raksasa perbelanjaan malls, pada umumnya jauh dari jantungnya kota besar. Dalam kasus itu di mana pusat perbelanjaan dibentuk di dalam kota besar, mereka terselubung atas diri mereka dan tidak lagi bagian dari orang banyak/masyarakat kebanyakan. Perdagangan berlangsung di dalam atau daerah kantong dalam bangunan melalui suatu labirin pribadi walkways lengkap dengan bujur sangkar kecil, air mancur, muzak dan proses pengaturan suhu. Di dalam aktivitas, pasar dengan penjaga nya " public hidup" telah diawasi dengan keras, dan semua interaksi manusia dan aktivitas yang diatur oleh petugas keamanan. Sunggung secara harafiah, pasar hilang dari orang banyak/masyarakat gelanggang dan gerak ke lapisan pribadi. Abad 20 juga dengan jelas mengubah kondisi-kondisi untuk penggunaan kota besar sebagai tempat bertemu pertukaran informasi dan lokasi.

Seiring dengan pengembangan percetakan yang luas dan cepat, media kabar elektronik telah dibuat mungkin disediakan untuk orang-orang dengan suatu arus informasi yang tak ada akhirnya tentang masyarakat dan dunia yang lebih luas. Tidak diperlukan adanya pemberitahuan kota di sini.

Pada waktu yang sama, suatu arus peluang yang tak ada akhirnya untuk komunikasi tak langsung yang dimunculkan dari orang ke orang: pertama telegraf, kemudian telepon, telepon sel, e-mail, Internet. Mobilitas individu yang disajikan oleh mobil dan format transportasi yang lain dan pengembangan dari format yang murah tentang perjalanan interlokal menyajikan peluang baru untuk orang-orang untuk bertemu orang lain. Peran Tradisional dari kota besar sebagai suatu pertemuan penting menempatkan untuk warganegaranya berubah dengan sepenuhnya.

Di sini di era millennium yang baru, perubahan yang besar ini masive di dalam masyarakat hanya suatu abad membuat vitalitas hidup publik di dalam Copenhagen pusat tentang minat khusus. Banyak orang-orang pada jalan dan di dalam sudut sudah memilih untuk ke sana, untuk berjalan dan meluangkan waktu di dalam ruang publik. Di samping banyak pengembangan dan perubahan orang di dalam pola teladan berguna, sebagai pasar dan pertemuan menempatkan kota besar melanjut untuk menawarkan suatu alternatif penting, suatu lampiran berharga kepada kumpulan pilihan lain.





Modern rendezvous, Oslo, Norway



Banks of public telephones, San José, Costa Rica

Jadi dapat diambil kesimpulan dari permasalahan yang ditimbulkan suatu area publik akibat sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan yang menjadi satu area. Sehingga timbul solusi dan teori yang mengatasi permasalahan tersebut, antara lain :

- ✓ Skala dari kota, dimensi dari jalan, distribusi berguna sepanjang jalan dan sudut jalan, skala dan detil bangunan adalah selaras dengan rasional dan peluang manusia untuk pergerakannya, dan dapat mendukung akan perjalanan pejalan kaki secara langsung.
- ✓ Di kota sepanjang waktu, ruang publik sudah melayani secara serempak sebagai tempat bertemu (meeting place), lalu lintas ruang (traffic space) dan pasar (market place).
- ✓ Gagasan untuk penggunaan ruang publik sebagai ruang rekreasi dan sosial tumbuh secara berangsur-angsur dan diperkuat sepanjang dekade.
- ✓ Pejalan kaki bisa berjalan kemana mereka mau pergi, bertemu, berdagang, berbicara dan menerima pemantauan termasuk

perjalanan yang sama melalui kota. Didalam satu ruang publik yang sama.

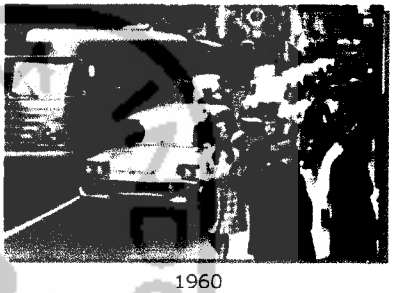
✓ Dalam satu traffic space terdapat pusat perbelanjaan dan ruang-ruang untuk melakukan pertemuan dan berekreasi. Di mana pedestrian dan lalu lintas kendaraan dipisahkan.

2.2.2. Studi kasus

1. Meeting plase, market pleace, dan traffic space pada area publik pada kawasan atau ruang luar.



1880



1960

- 1880. jalan Utama Copenhagen's pada waktu Natal, di gambarkan dalam suatu lukisan oleh Erik Henningsen yang mencerminkan kenyataan sosial dan ekonomi. Karena terpaksa, jalan adalah suatu tempat kerja, suatu tempat untuk menjual atau mengangkut barang-barang. Dan yang semakin diistimewakan menggunakan jalan untuk berbelanja dan berjalan-jalan, untuk lihat dan dilihat.

- 1960. jalan Yang sama yang diserbu oleh lalu lintas mobil. Pejalan kaki terbatas pada dua trotoar sempit dengan hampir tidak ada ruang untuk segalanya kecuali untuk bergerak.

1968

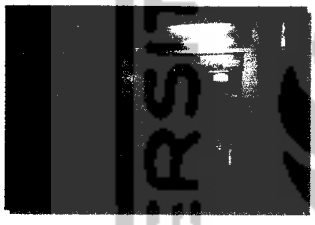


2000



- 1968. Lima tahun setelah pedestrianisasi. Berjalan, berbelanja dan melihat-lihat mendominasi. Fungsi sosial terlihat dan yang sedang diamati berkembang menjadi suatu bagian integral jalan.
- 2000. jalan Yang sama pada suatu musim panas. Enam kali lipat area tersedia ke pejalan kaki. Orang-Orang masih dalam pemindahan, tetapi sekarang mereka mempunyai pilihan lain. Banyak yang berdiri, duduk atau menghirup minuman dan makanan pada banyak cafe di luar.[12]

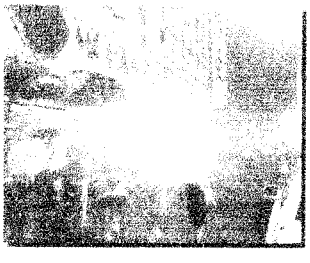
Di Indonesia dapat kita amati tentang ruang publik dalam perubahan waktu aktivitasnya dan kebutuhan masyarakatnya akan ruang publik .[13]



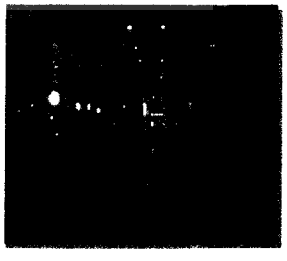


Pagi hari pada arcade di malioboro terlihat sepi dan belum ada aktivitas kegiatan yang terjadi.

Saat hari menjelang siang, pedagang kaki lima mulai berdatangan untuk membuka dagangannya di arcade malioboro. Dan para pengunjung juga mulai berjalan pada pedestrian untuk melihat-lihat dan melakukan aktivitas lainnya. Dan toko-toko juga mulai buka. Aktivitas di market place, meeting place, traffic space mulai jalan pada kawasan malioboro itu.

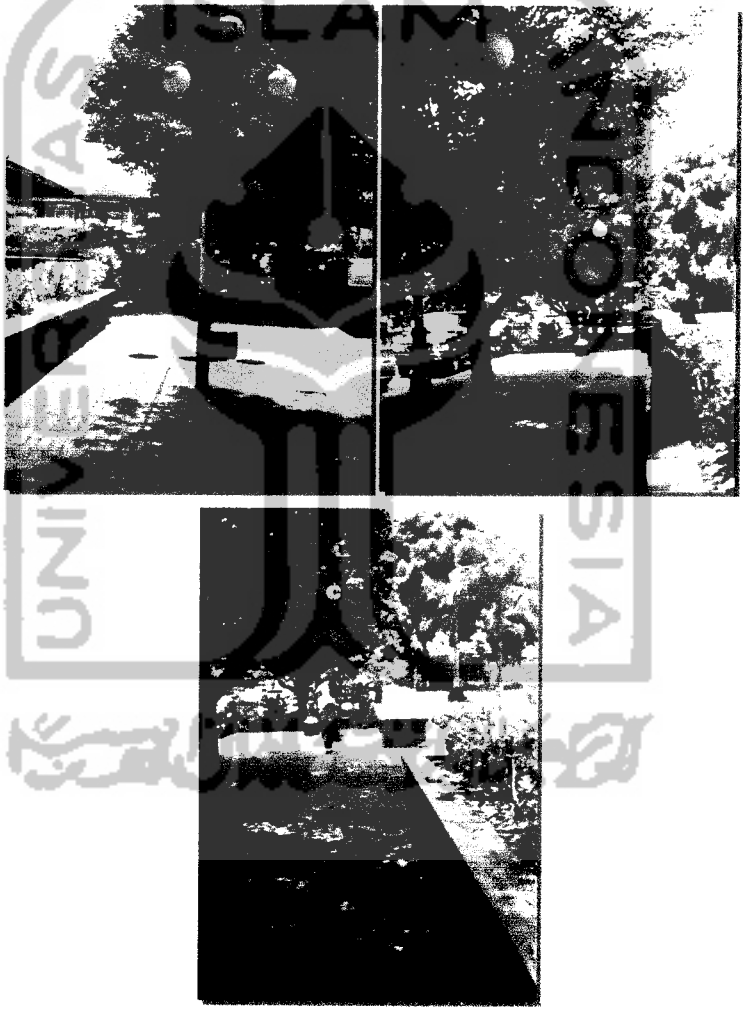






[12] Jan Gehl & Lars Gemzoe, New City Spaces
[13] Hasil analisa dan pengamatan sendiri

Saat malam hari sekitar jam 21.30 arcade pada malioboro terlihat sepi kembali. Dimana aktivitas pedagang dan para pengunjung sudah tidak terlihat lagi. Area publik ini tutup dan pada jam 21.30 pada area perhotelan masih terlihat buka dan masih melayani tamu. Jadi area publik pada kawasan malioboro aktivitasnya berlangsung selama 24 jam. Di area publik terbuka, vegetasi juga bisa dimanfaatkan selain untuk tempat berteduh juga dijadikan tempat untuk bertemu dan komunikasi. Dan melihat itu pedagang juga memanfaatkan situasi itu. Di area itu juga aktivitas meeting, market, dan dalam satu traffic space terjadi.



2. Meeting place, market plece, dan traffic space pada ruang publik dalam bangunan.[14]



Pada pagi hari area sirkulasi pada galeria di Yogyakarta belum terlihat aktivitas orang atau pengunjung. Traffic space pada sirkulasi terlihat penyediaan fasilitas buat aktivitas lain pada sirkulasi. Sehingga area sirkulasi tidak hanya berfungsi sebagai pedestrian saja.



Siang harinya sudah datang beberapa pengunjung yang melakukan aktivitas. Dan area itu sudah ada beberapa barang daganga yang ditata.







Market place juga mulai terlihat pada sirkulasi, ditinjau dari bukanya kios-kios, los, pertokoan dan pedagang informal pada area sirkulasi itu yang terletak ditepi dan di sudut ruang. Sehingga aktivitas jual beli dapat berlangsung.







[14] Hasil analisa dan pengamatan sendiri

Aktivitas orang yang sedang duduk santai beristirahat dan sebagainya, sehingga dapat membuat pengunjung saling interaksi dan berkomunikasi. Dengan disediakannya tempat untuk duduk dan beristirahat. Meeting place juga sedia pada ruang publik ini ditandai terjadinya pertemuan antara individu yang lain dengan individu lainnya, sehingga ruang publik terjadi interaksi yang baik.

Ditinjau dari ruang publik di galeria, sirkulasi pada galeria telah merespon market place, meeting place, dan traffic space pada area publiknya, dimana aktivitas itu diwadahi dan ditata dengan baik dengan beberapa fasilitas penunjangnya.

2.3. Tinjauan Shopping Arcade

Shopping arcade bisa menjadi alternatif untuk masyarakat kota akan ruang publiknya dalam memenuhi kebutuhan akan tempat untuk bertemu (meeting place), pasar (market place) sebagai tempat jual-beli, dan traffic space sebagai pengatur sirkulasi ruang publik tersebut menjadi teratur dan terencana.

2.3.1 Pengertian shopping Arcade

Arcade dapat diartikan suatu area pergerakan (linier) pada suatu center city business area yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.[15]

Jadi shopping arcade bisa diartikan sebagai suatu pusat perbelanjaan yang berintikan satu dan dalam satu lantai ruang komersial aktif dalam satu unit ruko, sehingga dalam lantai satu dan dua ruko memiliki nilai komersial sama karena selasarnya lebar dan luas menghubungkan satu ruko dengan ruko lainnya.

2.3.2. Karakter Shopping Arcade

Shopping arcade mempunyai karakteristik antara lain :[16]

a. Koridor : tunggal.

[15] Rubenstein, Harvey, M., 1978
[16] Ibid. hal. 16

b. Lebar Koridor : 8 – 16 meter.

c. Lantai : maksimal 3 dan lantai paling atas hunian.

d. Parkir : Mengelilingi bangunan mall (tidak ada gedung parkir).

e. Pintu masuk : dapat dicapai dari segala arah.

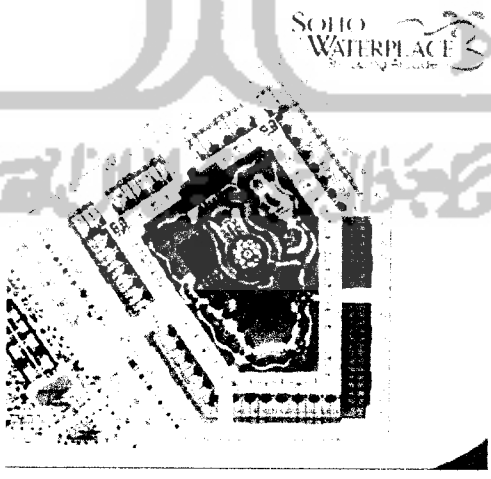
f. Atrium : di sepanjang koridor.

g. Magnet/Ancohor tenant : di setiap pengakhiran koridor (hubungan horizontal).

h. Jarak magnet ke magnet : 100 – 200 meter.

2.3.3. Tata letak Shopping arcade

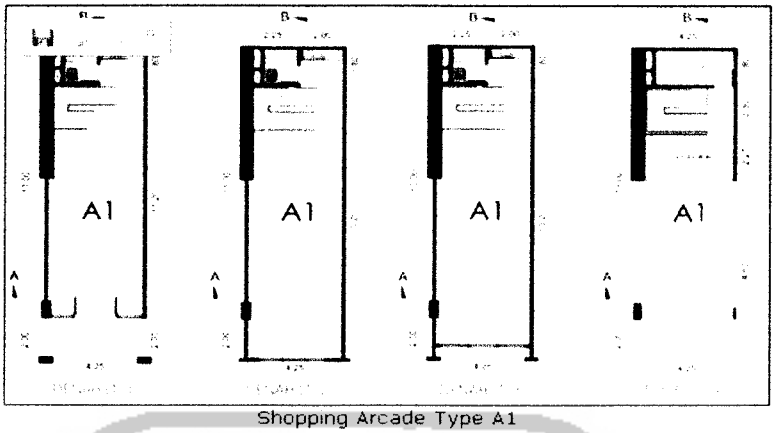
Tata letak dan sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah Shopping Arcade berdasarkan keadaan di AS umumnya tata letak yang paling berhasil adalah yang berbentuk sederhana seperti bentuk huruf I, T,dan L.[17] Hal ini sesuai dengan karakter pengunjung yang umumnya ingin mudah menemukan toko/tempat yang ditujunya. Bentuk mall yang parallel (double corridor) atau tata letak barbentuk kompleks lainnya umumnya kurang sukses, dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang. Contoh Shopping Arcade yang sukses dengan tata letak sederhana adalah Soho WaterPlace Shopping Arcade.



(Sumber gambar www.properti.com)

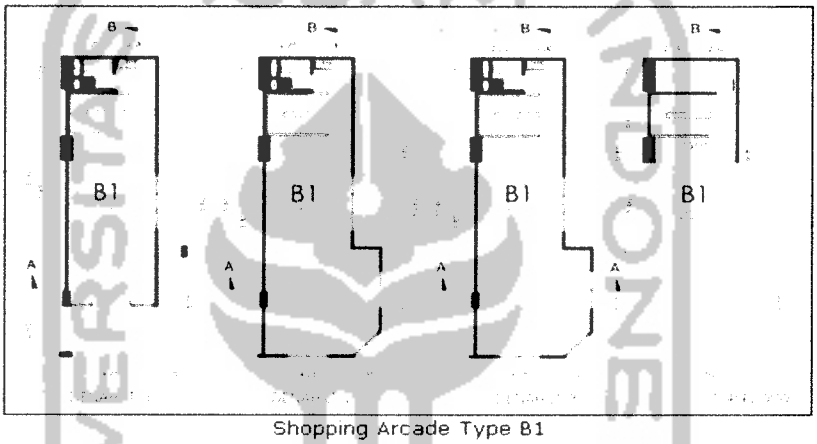
[17] Frics, Northen dan Haskoll, M., Shopping Centers, College of Estate Management, 1977

Beberapa type shopping arcade yang direalisasikan di Soho Waterplace.



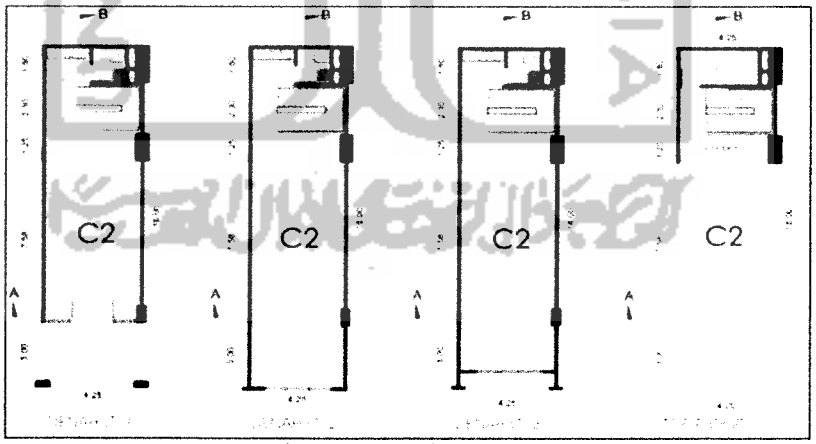
Shopping Arcade Type A1

(Sumber gambar www.properti.com)



Shopping Arcade Type B1

(Sumber gambar www.properti.com)



Shopping Arcade Type C2

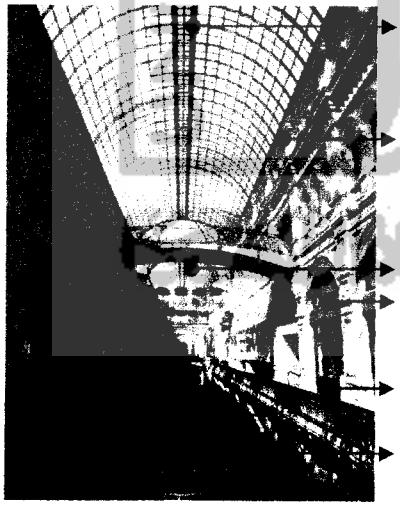
(Sumber gambar www.properti.com)

Jadi dari bentuk ruang yang diterapkan dalam Soho Waterplece di mana ruko disusun dan ditata linier dan radial memutari site. Dari tiga tingkat Shopping arcade ini dimana dua lantai komersialnya mempunyai nilai yang sama fungsi dengan komersial yang lain. Dan lantai bagian atas di fungsikan sebagai tempat hunian/rumah tinggal. Jadi sebagai landasan konsepsual perancangan dimana tiga tingkat bangunan shopping arcade disamakan fungsikan dengan perencanaan. Dimana dua lantai dibawahnya ditempatkan sebagai tempat pusat perbelanjaan dan rekreasi, dan lantai yang sebagai hunian tersebut dikomersilkan sebagai hotel melati.

2.3.4. Shopping arcade sebagai landasan konseptual.

Dari fungsi dan teori shopping arcade yang merupakan satu unit ruko yang memiliki dua tingkat ruang komersial aktif yang sama, dengan selasar yang lebar dan luas sehingga dapat menghubungkan ruko yang satu dengan yang lainnya.

Jadi dari teori itu dapat diambil beberapa karakter shopping arcade sebagai landasan konsepsual perancangan. Dimana terdapat tiga tingkat ruang komersil dengan dua lantai ruang komersial aktif dan satu lantai hunian



Atap transparan menjadi selubung arcade dan Menjadi sky light yang akan menjadi pencahayaan alami.

Lantai ketiga sebagai hunian yang akan menunjang aktivitas shopping arcade sepanjang waktu.

Jembatan penghubung antar ruang hunian

Lantai dua yang akan menjadi ruang Komersial sebagai market place.

Lantai satu yang akan menjadi ruang Komersial sebagai market place.

Arcade berada di tengah antara dua ruang komersil yang akan menjadi penghubung dan sirkulasi, meeting place dan market place

2.4 Tinjauan Ruang

Ruang adalah sebuah bidang yang dimodifikasi. Berdasarkan konsepnya, sebuah ruang mempunyai tiga dimensi, yaitu : panjang, lebar, dan tinggi.

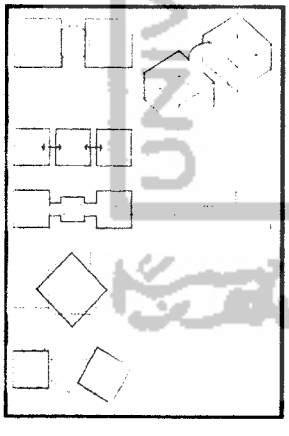
Sebagai unsur tiga dimensi di dalam perbendaharaan perancangan arsitektur, suatu ruang dapat berbentuk padat dimana ruang dipindahkan oleh massa atau ruang kosong dimana ruang berada di dalam atau di batasi oleh bidang-bidang.

Semua ruang dapat dianalisa dan dimengerti terdiri atas :

- Titik (ujung, puncak) di mana beberapa bidang bertemu.
- Garis (sisi – sisi) di mana dua buah bidang berpotongan
- Bidang (permukaan), batas – batas ruang.[18]

2.4.1. Tinjauan ruang penghubung

Teori ruang – ruang yang dihubungkan dengan ruang bersamaan jadi bisa disebut sebagai ruang penghubung yang akan menjadi traffic space dalam ruang dalam, dimana sirkulasi menjadi ruang penghubung pada dua ruang.



Dua buah ruang yang terbagi oleh jarak dapat dihubungkan atau dikaitkan satu sama lain oleh ruang ketiga yaitu ruang perantara. Hubungan antara kedua ruang akan tergantung pada sifat ruang ketiga dimana kedua ruang tersebut menempati satu ruang bersama-sama. Ruang perantara dapat berbentuk linier untuk menghubungkan kedua ruang yang berjauhan satu sama lain, atau menghubungkan sederetan ruang-ruang yang tidak mempunyai hubungan langsung satu sama lainnya. Kedua ruang yang dihubungkan, seperti juga ruang perantaranya dapat setara dalam wujud dan ukuran dan membentuk urut-urutan linier. Jika cukup besar maka ruang

[18] Francis D. K. Ching,"Bentuk, Ruang dan Susunannya"

perantara dapat menjadi ruang yang dominan dalam hubungan dan mampu mengorganisir sejumlah ruang.[19]

Jadi teori untuk ruang penghubung yang merupakan area sirkulasi tengah yang menghubungkan dua buah ruang pada kanan kirinya. Dimana area ini akan menjadi bagian ruang dalam. Dan area ini akan menjadi traffic space pada ruang dalam bangunan shopping arcade.

2.4.2. Bentuk dan Ruang yang akan mengintegrasi ruang luar dan ruang dalam

Hubungan simbiose antara bentuk dan ruang di dalam arsitektur dapat dipelajari dan dijumpai adanya pada beberapa skala. Pada tiap-tiap tingkat, kita harus mementingkan bukan hanya bentuk bangunannya, tetapi juga pengaruhnya terhadap ruang di sekitarnya. Pada skala suatu tapak bangunan, adanya bermacam-macam strategi untuk menghubungkan suatu bentuk bangunan terhadap ruang yang mengelilinginya. Suatu bangunan dapat :[12]

- Membentuk dinding sepanjang sisi tapak dan membentuk ruang-ruang luar yang positip.
- Mengelilingi dan menatap suatu halaman atau ruang atrium di dengan ruang luar pribadinya pada suatu tapak yang dikelilingi oleh dinding tembok.
- Memasukkan sebagian tapaknya sebagai ruang luar.
- Berdiri sebagai bentuk yang tegas di dalam ruang dan mendominasi tapak.
- Melebar keluar dan menciptakan suatu pemukaan yang luas dan menjadi sesuatu yang menarik pada tapak tersebut.
- Berdiri bebas pada suatu tapak dan menciptakan ruang luar yang tertutup sebagai bagian dari ruang interiornya.
- Berdiri sebagai bentuk positip di dalam ruang yang negatip.

[19] Francis D. K. Ching,"Bentuk, Ruang dan Susunannya"

2.4.3. Hubungan sirkulasi dengan ruang

Jalan dengan ruang-ruang dihubungkan dengan cara sebagai berikut :

- Melewati ruang-ruang
  - Integritas ruang dipertahankan
  - Konfigurasi jalan lurus
  - Ruang-ruang perantara dapat dipergunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang-ruangnya.
- Menembus ruang-ruang
  - Jalan dapat menembus suatu ruang menurut sumbunya, miring atau sepanjang sisinya.
  - Dalam memotong sebuah ruang, jalan menimbulkan pola-pola istirahat dan gerak dalam.
- Berakhir dalam ruang
  - Lokasi ruang menentukan jalan.
  - Hubungan jalan dan ruang ini dipergunakan untuk mencapai dan memenuhi secara fungsional atau melambangkan ruang-ruang yang penting.



ket : (a) melewati ruang (b) menembus ruang (c) berakhir dalam ruang

Hubungan sirkulasi dengan ruang

(sumber: Francis D.K. Ching,"Bentuk, Ruang dan Susunannya")

2.5 Tinjauan waktu dan fasilitas

Untuk memaksimalkan waktu dan aktivitas suatu shopping arcade dalam memenuhi kebutuhan komersial suatu urban, maka dapat diamati

beberapa fasilitas komersial yang akan mendukung kebutuhan itu dalam periode waktu yang berbeda-beda, yaitu :[20]

1. Periode waktu 07.00 – 21.30 WIB

   Pujasera, cafetaria dan coffe shop.

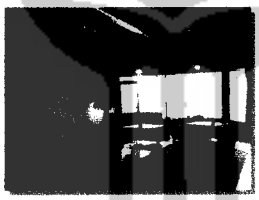
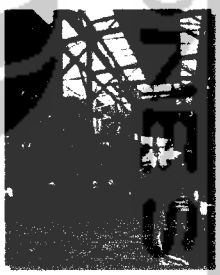





2. Periode waktu 08.00 - 21.30 WIB

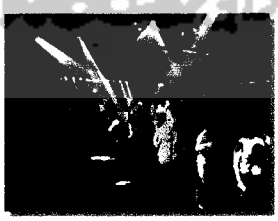
   Department store/supermarket, pertokoan, kios dan los, fitness center, timezone dan restauran.



3. Periode waktu 08.00 – 03.00 pagi

   Bioskop, karaoke, night club, dan billiard

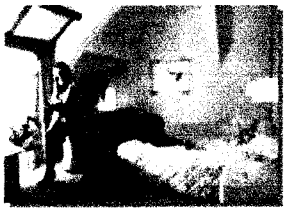




[20] Pengamatan sendiri dan sumber gambar dari google

4. Periode waktu 24 jam aktif

   Hotel melati dan beberapa toko, kios, restoran, cafeteria dan coffe shop.





Dari beberapa pengamatan diatas dapat dilihat beberapa aktifitas yang terjadi dalam kurun waktu 24 jam. Aktivitas tersebut telah membutuhkan waktu yang telah ditetapkan berdasarkan fungsi ruangnya. Jadi dalam usaha pencapaian waktu 24 jam pada shopping arcade dapat direncanakan dengan baik dari beberapa tinjauan tersebut.

BAB III
DATA, ANALISIS, DAN SKEMATIK

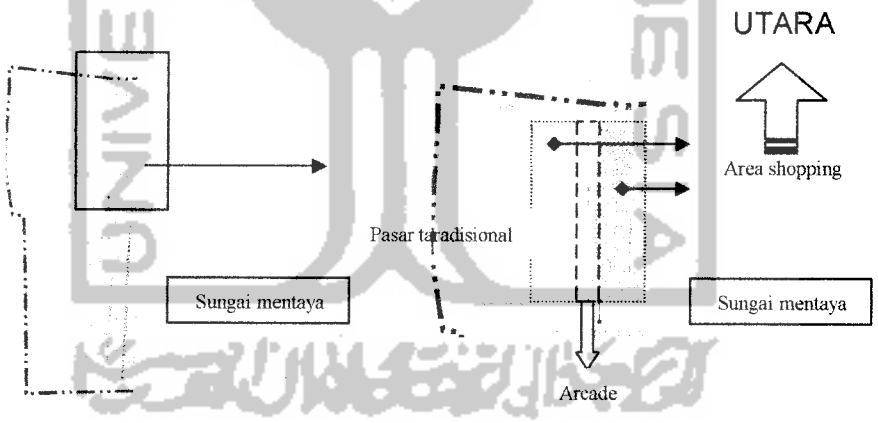
3.1. Lokasi dan Site dan analisa

3.1.1 Lokasi

Lokasi Shopping Arcade dipilih di kawasan pusat perdagangan kota Sampit, yang berada di Jl. Iskandar dekat tepi sungai mentaya. Pemilihan lokasi berdasarkan kriteria dan alasan :

- Sesuai dengan RUTRK sampit sebagai pusat jasa dan perdagangan
- Luas yang memadai
- Aksesibilitas baik (berada dekat Jl. A. Yani dan Jl. Rahadi Usman)
- Kedekatan dengan pusat kegiatan (pertokoan, pelabuhan, tepi sungai)

(sumber RTBL pemda Kotim, 1998)



3.1.2. Kebutuhan ruang

Shopping arcade sebagai pusat perbelanjaan yang direncanakan adalah mewadahi tiga fungsi kegiatan yaitu sebagai market place, meeting place, sebagai tempat untuk mendapatkan hiburan atau rekreasi, dan sebagai tempat peristirahatan (hotel melati). Kebutuhan ruang ini merupakan citra komersil modern sebagai daya tarik melalui bentuk yang fleksibel (dapat dirubah) dan efisien berdasarkan fungsi yang diwadahi, maka dapat diketahui pelaku kegiatan (pengunjung, pengelola, dan pedagang) serta kegiatan yang akan berlangsung dalam bangunan.

Dari pelaku dan kegiatan yang berlangsung maka dapat ditentukan kebutuhan dari pada ruangnya, dalam hal ini melalui pengelompokan kegiatan. Dengan penekanan pada materi yang diperdagangkan, sistem pelayanan serta pelaku kegiatan,

a. Kebutuhan ruang fasilitas perbelanjaan

Tabel 3.1 Kebutuhan Ruang Fasilitas Perbelanjaan

Sumber : Analisa

PENGELOMPOKAN JENIS DAGANGAN	KELOMPOK KEGIATAN PERBELANJAAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
Convenience Goods Implus Goods	• Pertokoan	• Retail space (pedagang eceran) • Ruang pengelola • Gudang / penyimpanan barang
Demond Goods	• Pedagang kaki lima	• Kios dan los • Tempat penyimpanan barang dagangan
Demand Goods Implus Goods Convenience goods	• Departement store/super market	• Retail space • Ruang pengelola/administrasi • Ruang karyawan • Gudang/penyimpanan barang • Ruang service

b. Kebutuhan ruang fasilitas rekreasi dan hunian

Tabel 3.1 Kebutuhan Ruang Fasilitas Rekreasi dan Hunian

Sumber : Analisa

MACAM KEGIATAN	KELOMPOK KEGIATAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
• Rekreasi	• Permainan anak	• Ruang mesin • Ruang duduk • Ruang permainan • Kafetaria • Ruang karyawan • Ruang service
	• Billiard center	• Hall / lobby • Ruang kontrol • Ruang meja billiard • Ruang karyawan • Ruang service • Gudang
	• Bioskop	• Hall / lobby • Ruang tiket • Ruang administrasi • Ruang karyawan • Ruang penonton • Ruang proyektor • Kafetaria • Ruang service • Gudang
• Hunian	• Hotel	• Hall / lobby • Superior room

c. Kebutuhan ruang kelompok kegiatan pendukung

Tabel 3.1 Kebutuhan Ruang Kelompok Kegiatan Pendukung

Sumber : Analisa

KEGIATAN	KARAKTER KEGIATAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
• Pengelola	• Pelayanan administrative pengelola shopping arcade	• Ruang informasi • Ruang tamu • Ruang staff • Ruang direksi • Gudang • Ruang service
• Service	• Pelayanan umum	• Pos jaga • Musholla • Utilitas • Ruang service
	• Pelayanan umum Pendistribusian barang	• Tempat parkir • Gudang (peampungan sementara)

3.1.3. Besaran ruang

Luasan ini masih merupakan perkiraan (asumsi perbandingan proporsional dari table studi pusat belanja). Sebagai hasil hitungan sederhana untuk mendapatkan luas ruangan kegiatan setiap lantai dengan cara menerapkan standart kegiatan dan perkiraan luas.

1. Kelompok ruang pelayanan perbelanjaan

Asumsi retail : magnit (supermarket dan departement store)

= 50 : 50

a. Pertokoan.

Luas area total ± 11.500

- Unit toko (30 – 100) m^2 = 70% x 11.550 = 8.085 m^2
- Gudang = 10% x 11.550 = 1.155 m^2
- Sirkulasi dan service = 20% x 11.550 = 2.310 m^2 +

11.550 m^2

b. Supermarket

- Ruang penjualan diasumsikan untuk 145 orang (@ 2,8m^2)
  = 145 x 2,8 = 406 m^2
- Ruang karyawan, gudang, toilet = 10% x 406 = 40,6 m^2
- Sirkulasi dan service= 20% x 406 = 81,2 m^2+
  Luas Area Total = 527,8 m^2

c. Departement Store

- Ruang penjualan di asumsikan 200 orang(@ 2,8m^2)
  = 200 x 2,8 = 560 m^2
- Ruang karyawan, gudang, toilet = 10% x 560 = 56 m^2
- Ruang sirkulasi dan servis = 20% X 560 = 112 m^2+
  Luas Area Total = 728 m^2

d. Kios-kios kaki lima

Terdiri dari 3 jenis :

- Pondok-pondok kaki lima sebanyak 10 buah, @ = 64 m^2
  = 10 x 64 = 640 m^2
- Kios-kios sebanyak ± 100 unit, @ = 12 m^2
  = 100 x 12 = 1200 m^2
- Shelter ukuran 1,5 x 1,5, tersebar di sepanjang arcade dan area rekreasi out door (diluar bangunan)

2. Kelompok ruang pelayanan rekreasi dan hiburan

a. Bioskop

- Ruang auditorium kapasitas 4 buah, @ 150 orang, asumsi 1,5 m^2 per orang = 4 x 150 x 1,5 = 900 m^2
- Ruang proyektor @ 30 m^2 , maka = 4 x 30 = 120 m^2
- Lobby untuk 300 orang, @ 0,6 maka = 4 x 6 = 24 m^2
- Kafetaria = 30 m^2
- Ruang administrasi (8 0rang,@ 6 m^2) = 8 x 6 = 48 m^2
- Ruang karyawan (15 orang,@ 2 m^2) = 15 x 2 = 30 m^2
- Gudang dan bengkel = 50 m^2
- Luas total bioskop = 1.202 m^2 + sirkulasi dan utilitas 20%
  = 1.442,4 m^2

b. Restoran

- Ruang makan dan minum untuk 400 orang (@ 2 m^2)
  = 400 x 2 = 800 m^2
- Panggung khusus untuk 10 orang (@ 3 m^2) = 30 m^2
- Dapur, gudang, ruang karyawan = 25% x 800 = 200 m^2
- Sirkulasi dan servis = 20% x 800 = 160 m^2+

Luas Total restoran = 1.190 m^2

c. Cafetaria dan coffe shop

- Ruang makan dan minum untuk 200 orang
- Dapur, gudang, ruang karyawan = 25% x 225 = 56,25 m^2
- Sirkulasi dan servis = 20% x 225 = 45 m^2+

Luas total = 326 m^2

e. Timezone

- Ruang bermain anak 100 orang (@ 2,5 m^2/0rang)
  =100 x 2,5 = 250 m^2
- Lounge untuk 100orang (@ 1,5 m^2) = 100 x 1,5 = 150 m^2
- Bar = 26 m^2
- Stage = 35 m^2
- Hall penerima dan counter tiket = 25 m^2
- Ruang pengelola, dapur, toilet = 265 m^2+

Luas total area timezone = 751 m^2

Ditambah sirkulasi dan servis = 901,2 m^2

f. Billyard

- Ruang bermain 10 meja (@ 10 m^2) 10 x 10 = 100 m^2
- Ruang pengelola, toilet = 50 m^2+

Luas total area billiard = 150 m^2

Ditambah sirkulasi dan servis 20% = 180 m^2

3. Kelompok ruang perlengkapan

a. Bank

- Ruang kerja fungsional diasumsikan = 150 m^2
- Sirkulasi dan servis = 40% x 150 = 60 m^2

Luas total = 210 m^2

b. Agen jasa penerbangan dan biro perjalanan

- Ruang kerja fungsional diasumsikan = 36 m^2
- Sirkulasi dan servis = 30% x 36 = 10,8 m^2

Luas total = 46,8 m^2

c. Kantor pengelola

- Ruang administrasi untuk 20 orang (@ 5,5 m^2) 20 x 5,5 = 110 m^2
- Ruang direksi = 50 m^2
- Ruang tamu = 20 m^2 +

Luas total kantor pengelola = 180 m^2

Ditambah sirkulasi dan servis 20% = 216 m^2

4. Hunian / hotel

a. kamar

- Superior room 4 x 6 @ 165 kamar = 3.960 m^2
- Sirkulasi dan servis = 22% x 3.960 = 871,2 m^2 +

Luas total = 4.831,2 m^2

5. Kelompok ruang pendukung

a. Parkir

- Asumsi pengunjung menaiki mobil 30%, sepeda motor 40%, Kendaraan umum 20%, lain-lain 10%, jumlah luas keseluruhan pusat belanja dan rekreasi ruang penunjang = 21.000 m^2
- Standar parkir untuk pusat perbelanjaan di sampit = 60 m^2/p maka kebutuhan mobil = 21.000 : 60 = 350 mobil.

b. Utilitas 2 x 21.000 = 420

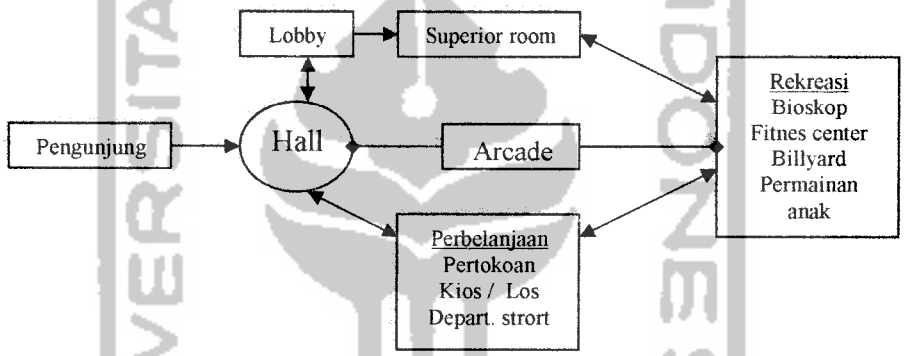
c. Sirkulasi 10% x 21.000 = 4200

d. Ruang keamanan untuk 4 orang perlantai @ 1,5 = 1,5 x 4 = 6 m^2 → 6 m^2 x 3 lantai = 18 m^2

e. Bongkar muat barang untuk 3 truk @ 30/m^2 → = 3 x 30 = 90 m^2

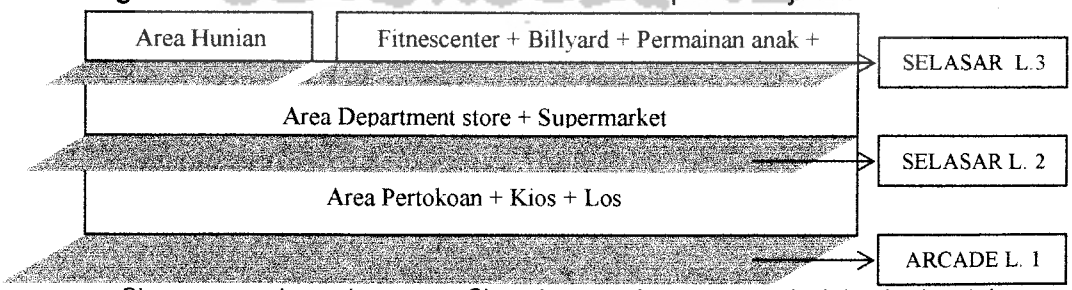
3.1.4. Pengelompokan ruang

Shopping Arcade yang akan direncanakan mewadahi pertokoan, department store, supermarket, hunian, dan fasilitas rekreasi sebagai tempat transaksi, peristirahatan, interaksi sosial, dan fasilitas rekreasi disusun berdasarkan tingkat kebutuhan pemakai, barang dagangan yang ditawarkan yaitu demand goods, convinience goods, impuls good. (De Chiara, 1983 ; 731) sebagai daya tarik pengunjung yang ingin memakai fasilitas rekreasi sebelumnya dilewatkan pada fasilitas perbelanjaan. Dengan ini pengunjung mempunyai kesempatan untuk melihat-lihat atau berbelanja sebelum ke fasilitas rekreasi atau sesudah dari fasilitas rekreasi. Begitu juga dengan pengguna hotel juga dapat berhubungan dekat dengan fasilitas rekreasi dan konsumsi, agar kebutuhan di dalam bangunan saling terikat dan jadi satu kesatuan.



Skema pengelompokan ruang (sumber ; analisa)

Untuk menciptakan ruang komersial berdasarkan konsepsual shopping arcade sebagai daya tarik melalui pengelompokan ruang sesuai dengan analisa diatas, maka perletakan kedua fasilitas pada bangunan dapat dilakukan secara vertical maupun horizontal yaitu dengan meletakkan fasilitas rekreasi melalui perbelanjaan.

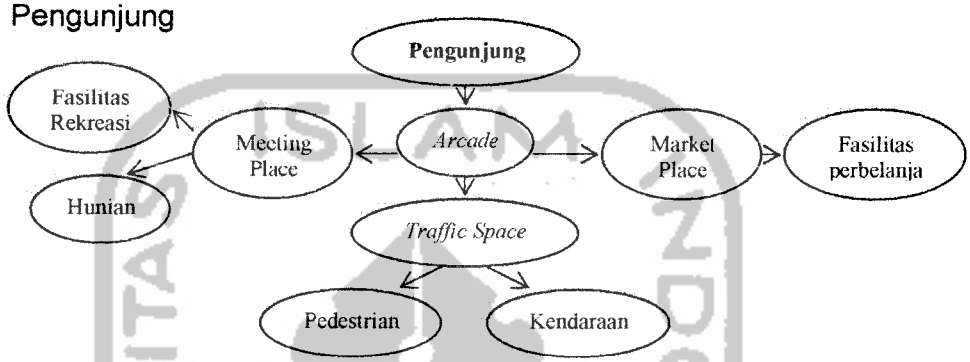


Skema pengelompokan ruang Shopping arcade secara vertical dan horizontal (sumber ; analisa)

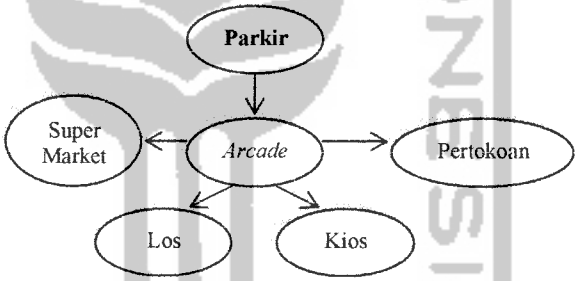
3.1.5. Pola pelaku

Pola pelaku ini dipengaruhi oleh pelaku kegiatan yang akan membutuhkan ruang, besaran ruang dan pengelompokan ruang yang berdasarkan pola sirkulasi kegiatan dari fasilitas shopping arcade. Untuk menciptakan ruang komersil sebagai daya tarik maka pola pelaku perlu adanya sub integrasi (ruang bersama) berupa arcade atau plaza pada kegiatan shopping arcade ini. Adapun pola tersebut adalah sebagai berikut :

a. Pengunjung

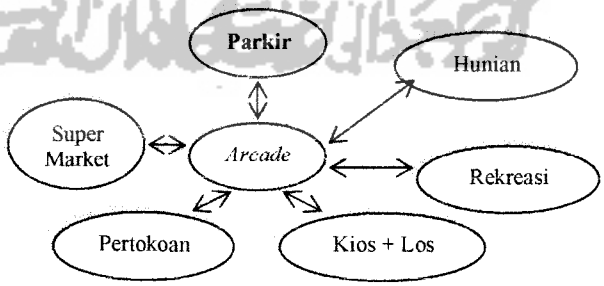


- Pengunjung pedagang eceran



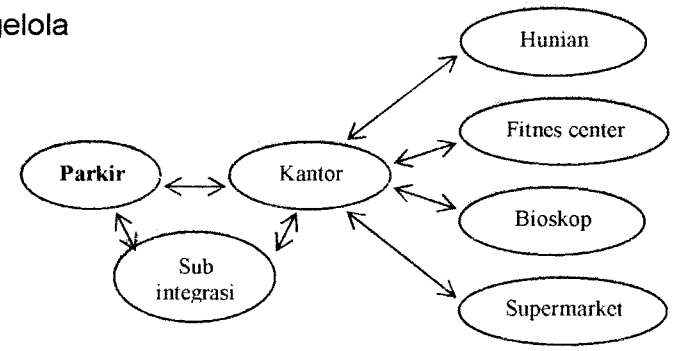
Pola pelaku pengunjung pedagang eceran (sumber ; analisa)

- Masyarakat umum (sendiri, pasangan, keluarga, rombongan)



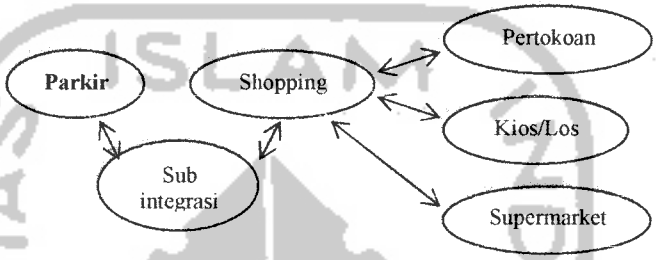
Pola pelaku masyarakat umum (sumber ; analisa)

b. Pengelola



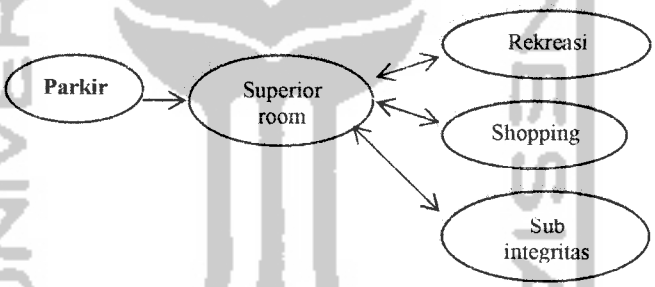
Pola pelaku masyarakat umum (sumber ; analisa)

c. Pedagang



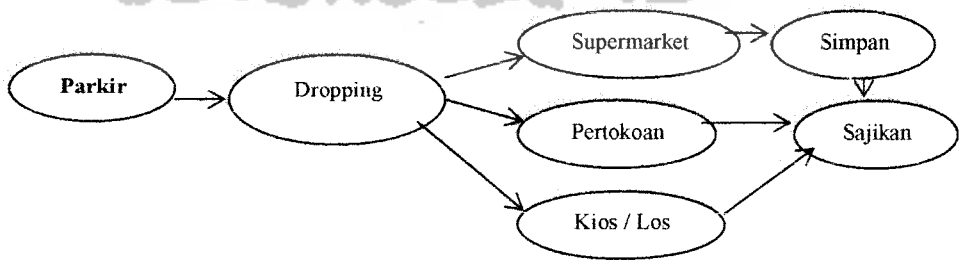
Pola pelaku pedagang (sumber ; analisa)

d. Penginap



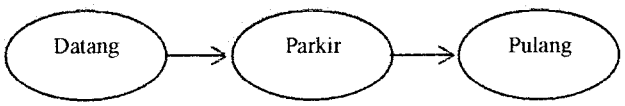
Pola pelaku penginap (sumber ; analisa)

e. Barang



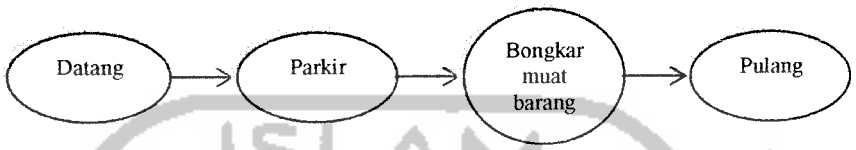
Pola pelaku barang (sumber ; analisa)

f. Kendaraan



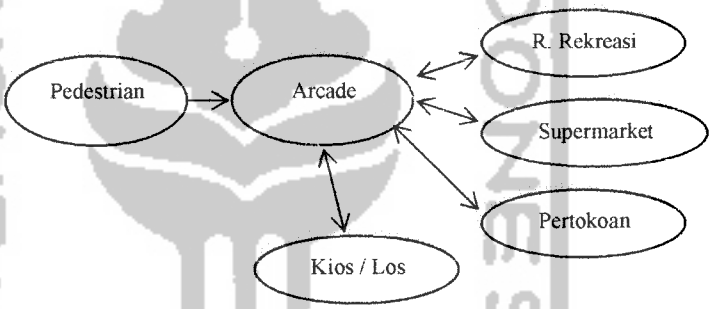
Pola pelaku kendaraan pribadi (sumber ; analisa)

g. Kendaran barang



Pola pelaku kendaraan barang/servis (sumber ; analisa)

h. Pejalan kaki



Pola pelaku pejalan kaki (sumber ; analisa)

3.1.6. Organisasi Ruang

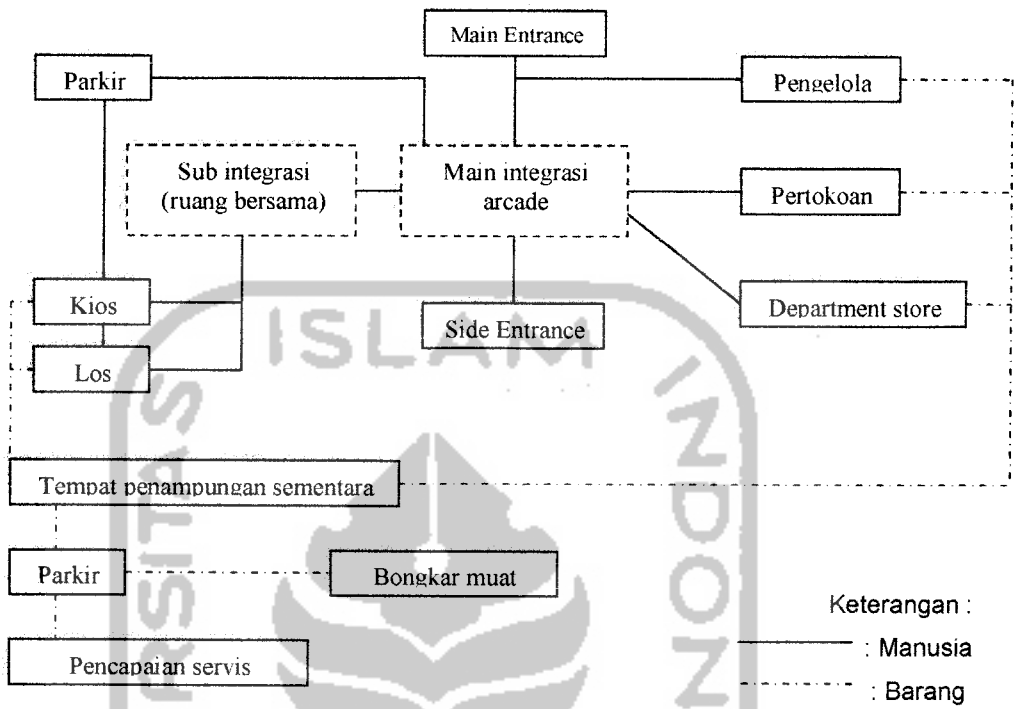
Organisasi ruang membutuhkan transformasi dari pola hubungan ruang yang lebih spesifik dari kegiatan yang diwadahi. Dalam perencanaan pola organisasi ruang yang menjadi dasar pertimbangan adalah :

- Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi kegiatan yang diwadahi yaitu sebagai fasilitas belanja
- Sirkulasi harus menciptakan daya tarik dan nilai strategis yang sama terhadap semua ruang dagang

- Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan suasana belanja konsumen dengan memberikan sirkulasi yang cukup.

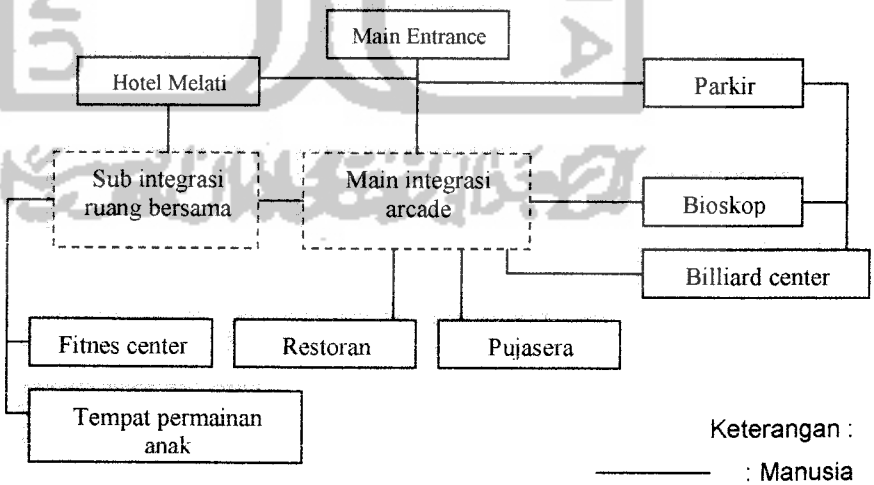
Adapun organisasi ruang tersebut adalah sebagai berikut :

a) Organisasi ruang fasilitas perbelanjaan



Skema analisa organisasi ruang perbelanjaan (sumber ; analisa)

2. Organisasi ruang kegiatan rekreasi dan hunian (hotel melati)



Skema analisa organisasi ruang rekreasi (sumber ; analisa)

3.2 Gagasan

3.2.1. Rencana arcade dan pola ruang.

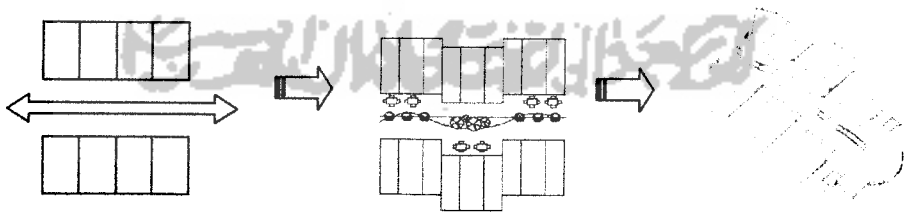
Arcade dapat diartikan suatu area pergerakan (linier) pada suatu center city business area yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.[21]

Arcade yang menjadi penghubung ruang komersial dan merupakan area Traffic space dalam sirkulasi shopping arcade. Untuk itu arcade akan dirancang dengan rekreatif agar tidak membosankan dan merespon kebutuhan akan publik space yang berhubungan dengan market place, meeting place, dan traffic space. Beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain :

- Dalam arcade diusahakan tidak terlihat monoton.
- Dapat membuat suasana rekreatif sehingga dapat menjadi nyaman dalam berdagang, rekreasi, dan tempat untuk melakukan pertemuan.
- Sirkulasi yang dapat mengarahkan dengan penjangkauan secara visual.
- Menghindari pola linier yang terlalu dominan.

Sketsa pola bentuk dan ruang ditinjau dari pola kegiatan atau aktivitas ruang public, antara lain :

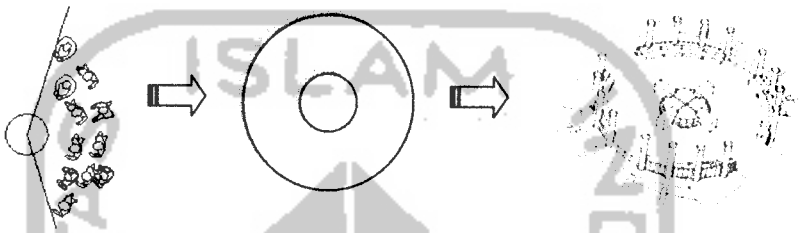
① Sirkulasi pada arcade sebagai traffic space.



[21] Rubenstein, Harvey, M., 1978

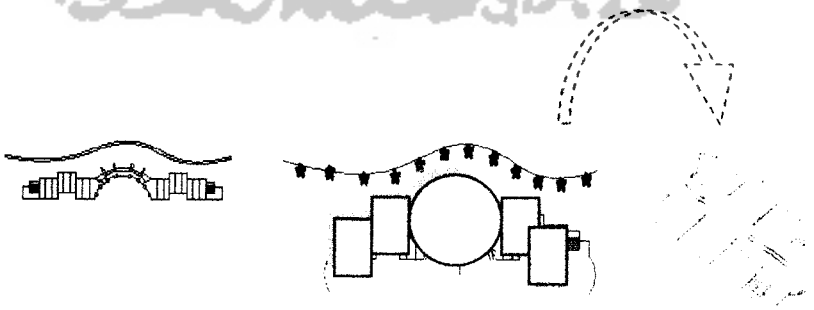
Pola pasar linier pada pasar sampit dengan bentuk arcade yang linier juga akan dibuat rekreatif agar market place membuat pengunjung tidak merasa bosan dan jenuh berjalan ditempat tersebut dengan bentuk pola komposisi, dan disediakan tempat duduk-duduk dan vegetasi sebagai tempat melakukan pertemuan yang nyaman dan sejuk di ruang terbuka tersebut.

② Pola aktivitas membentuk suatu ruang publik yang merespon aktivitas tersebut.



Ditinjau dari aktivitas tersebut dimana orang berkumpul dalam suatu ruang publik untuk menyaksikan sesuatu, ternyata membentuk suatu pola terpusat yang menjadi bentuk pusat kegiatan orang banyak dalam ruang publik tersebut. Dari tinjauan tersebut, ruang publik membutuhkan suatu ruang pusat kegiatan yang menjadi tempat berkumpul dan melakukan aktivitas lainnya. Maka dari itu dibuat suatu plaza yang berpola terpusat dengan fasilitas tempat duduk ditepinya dan suatu point of view sebagai iconnya. Sehingga meeting place dapat terjadi dengan nyaman.

① Bentuk bangunan mengikuti bentuk tepi sungai.



Bentuk bangunan mengikuti bentuk tepi sungai yang melengkung dan bentuk lengkung itu juga digunakan sebagai pembatas jalan pada pedestrian dalam arcade dan dapat menciptakan pola shopping pada arcade.

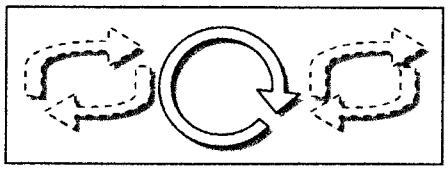


Pada area public terbuka akan dibuat sejuk dengan diletakkannya vegetasi pada area pedestrian dan tempat bersantai agar pengunjung merasa nyaman. Pada iklim tropis, vegetasi tersebut juga bisa dijadikan sebagai tempat berteduh dari sinar matahari.

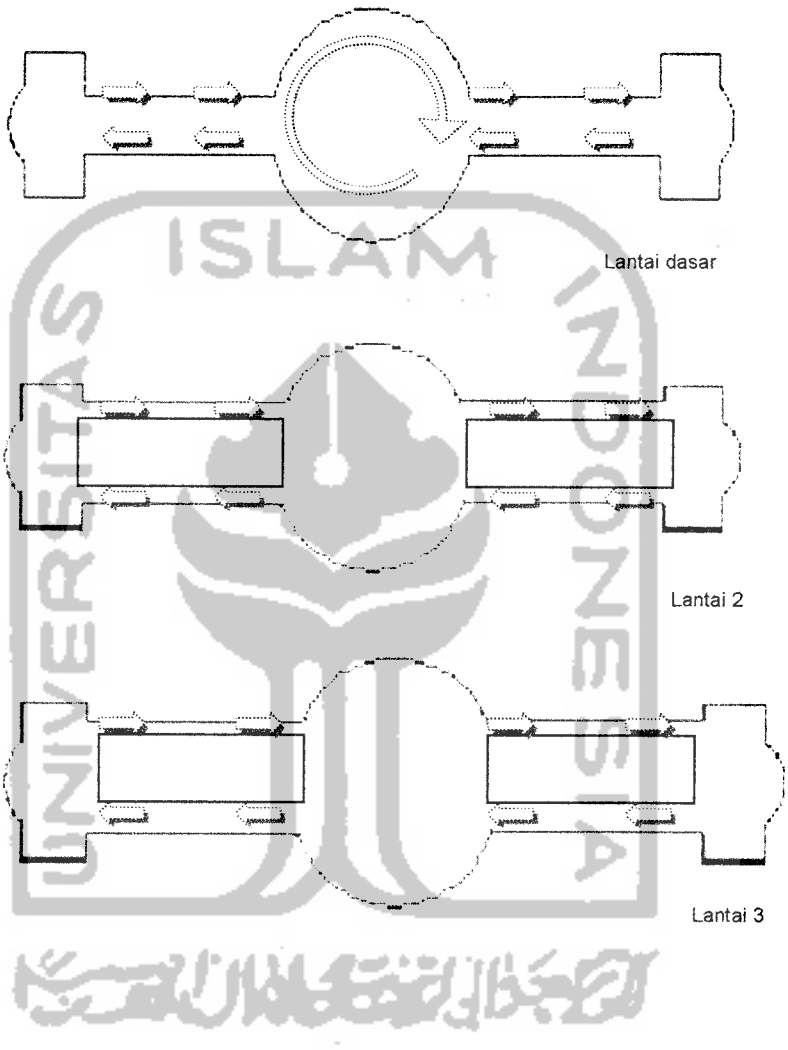


Untuk ruang luar disediakan untuk meeting place dengan dilindungi atap.

② Pola sirkulasi pedestrian



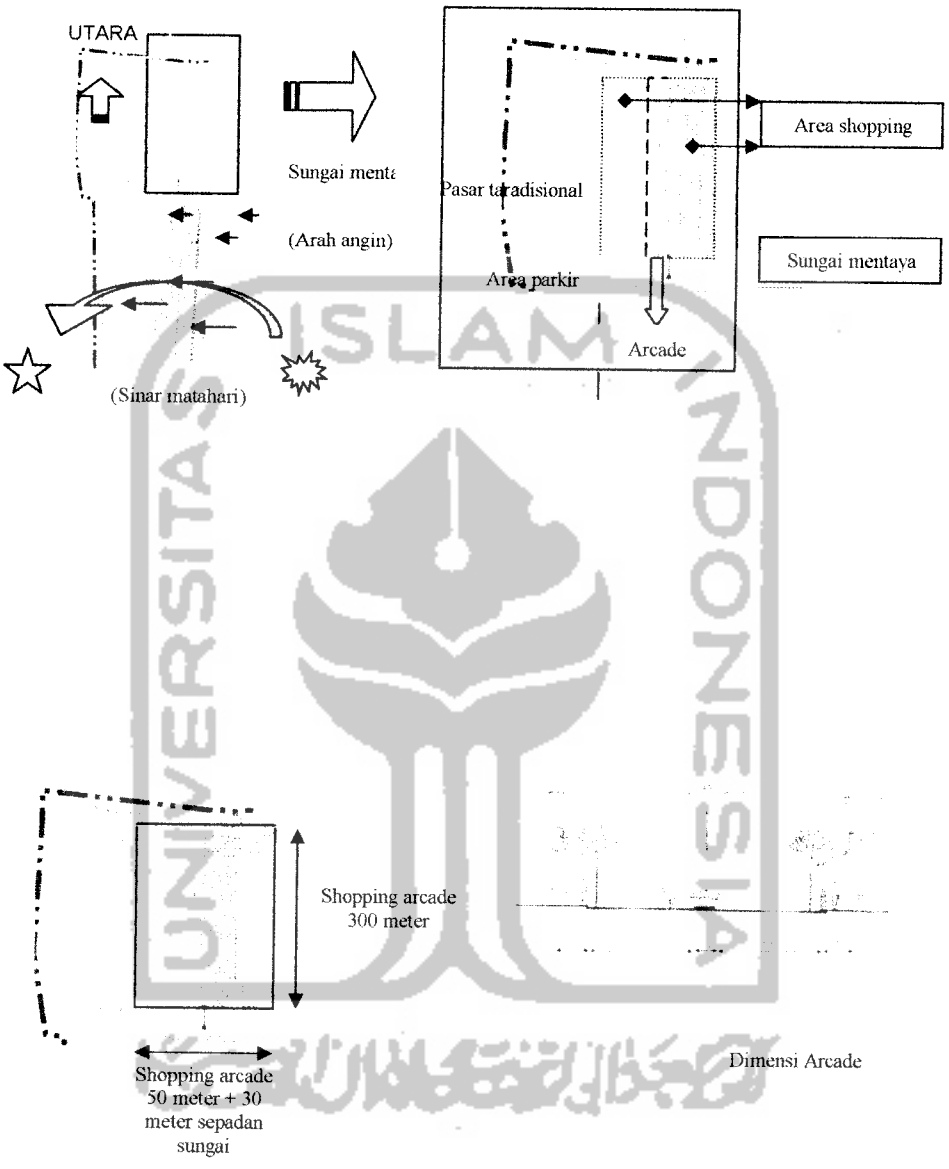
Konsep sirkulasi diterapkan



Sirkulasi pada arcade dan lantai diatasnya memiliki tiga rotasi yang dimana salah satunya lebih dominan dan menjadi pusat sirkulasi. Traffic space ini akan memudahkan pengunjung dalam menjangkau tujuannya dan tidak menghalagi arus sirkulasi.

3.3 Skematik

3.3.1. Analisis site



3.3.2 Tinjauan Natural setting, prilaku, lingkungan fisik.

Untuk mengintegrasikan ruang luar dan ruang dalam pada shopping arcade yang merespon meeting place, market place, dan traffic space kedalam satu wadah dan juga beradaptasi dengan ligkungan sekitar melalui tiga hal, yaitu : Natural setting, perilaku, dan lingkungan fisik. Dimana desain akan merespon karakter site ke bangunan, pola kegiatan masyarakat, dan arsitektur daerah setempat. Sehingga desain shopping arcade dapat merespon kegiatan masyarakat dan lingkungannya. beberapa tinjauan yang akan melandasi desain :

a) Tinjauan perilaku atau pola aktivitas masyarakat.



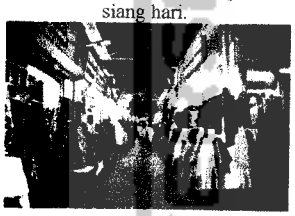
Sarapan di café pada waktu pagi di tepi sungai sampai siang hari.



Aktivitas pagi dicafe tepi sungai.



Aktivitas transportasi sungai dari pagi sampai malamhari



Aktivitas jual beli dalam kios yang berpola linier buka mulai siang hari



Aktivitas jual beli pada los yang dimulai pagi hari



Aktivitas jual beli di pedagang informal dipagi hari



Duduk atau santai di sore hari di tepi jalan



Los yang buka malam hari ditepi sungai



Café tepi sungai yang buka malam hari



Aktivitas pasar yang dibersihkan pada malam hari



Aktivitas olah raga lari pagi

Dari gambar di atas yang menunjukkan beberapa aktivitas masyarakat yang melakukan pertemuan, pasar, dan rekreasi ditepi sungai, sehingga dapat diambil point aktivitas yang akan diwadahi. Antara lain :

1. Dermaga buat perahu atau sampan mesin yang menjadi alat transportasi air.
2. Tempat rekreasi, café, dan los tepi sungai.
3. Shopping tempat melakukan aktivitas jual beli.
4. Area untuk olah raga pagi.

b) Tinjauan natural setting atau keadaan lingkungan site.



Shopping berpola linier yang mengapit jalan



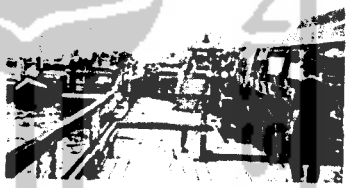
Sungai yang lebar dan dermaga berada di sebelah timur site



Tepi sungai menjadi dermaga transportasi air



Tepi sungai menjadi dermaga transportasi air



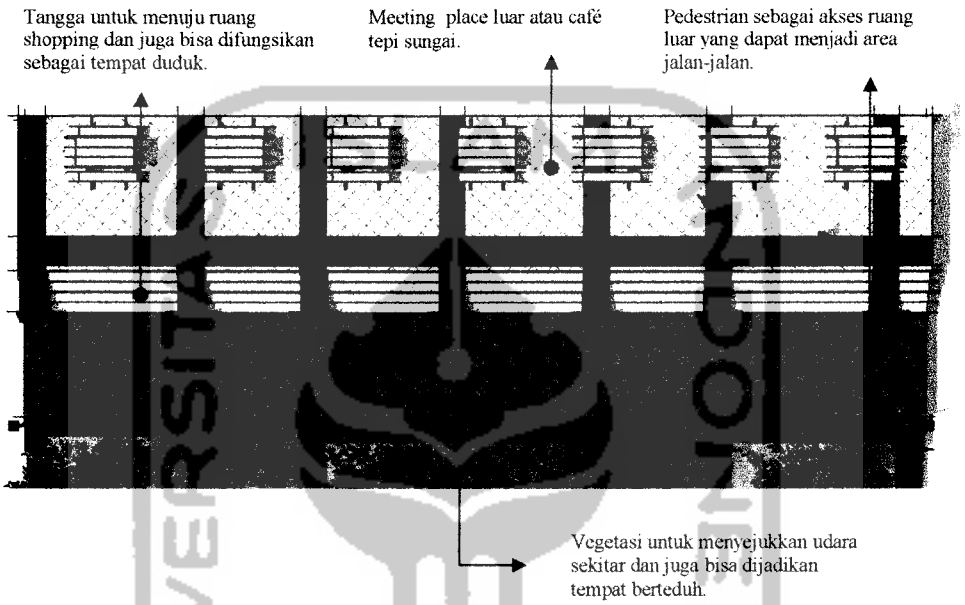
Tepi sungai menjadi dermaga transportasi air

Dari gambar di atas menunjukkan keadaan eksisting site, dimana pola aktivitas diwadahi. Keadaan alam setempat tergambar antara lain :

1. Sebelah timur terdapat sungai mentaya yang memiliki fasilitas dermaga.
2. Sebuah jalan yang diapit oleh ruko-ruko, dan dilalui kendaraan dan pejalan kaki pada arcade.

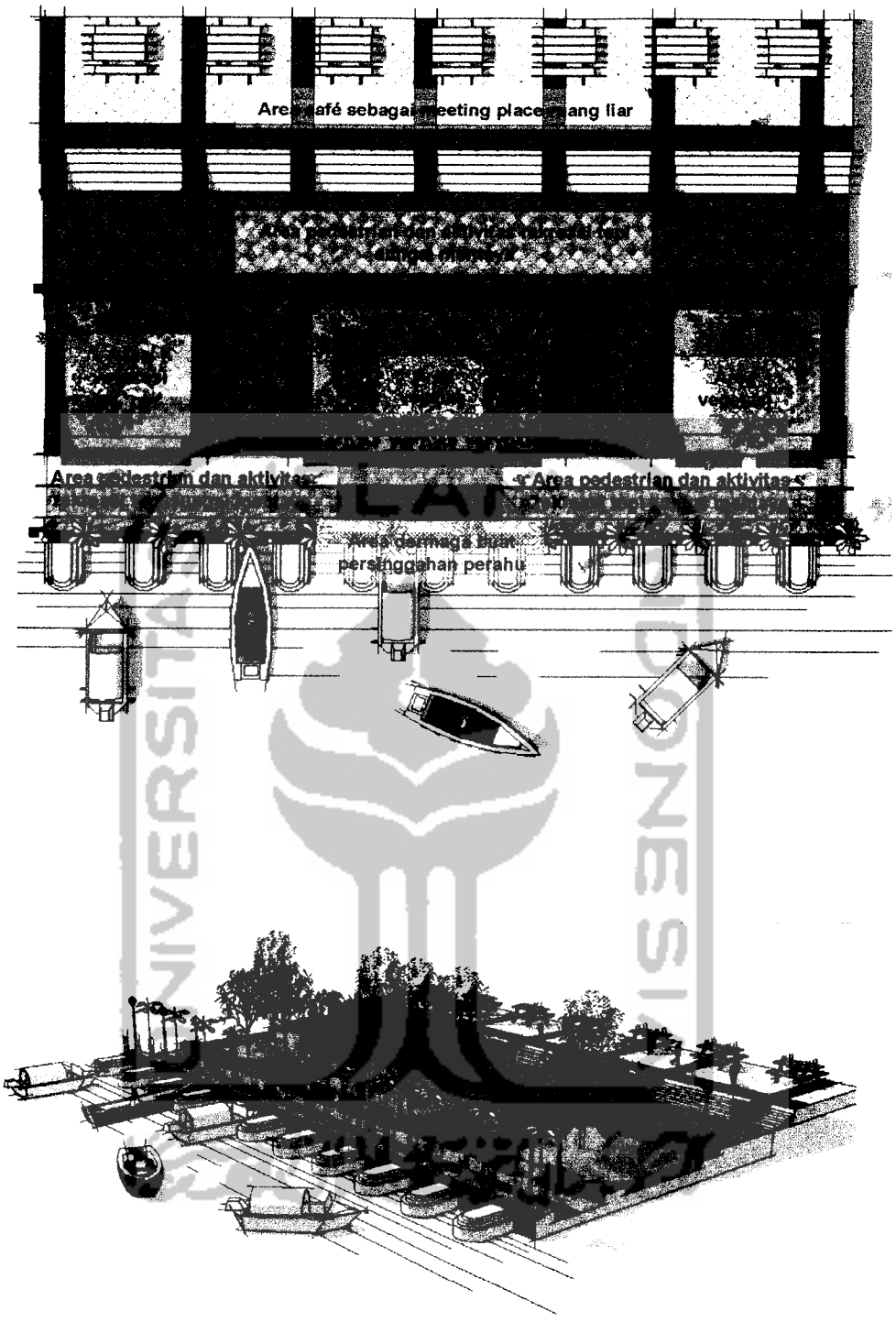


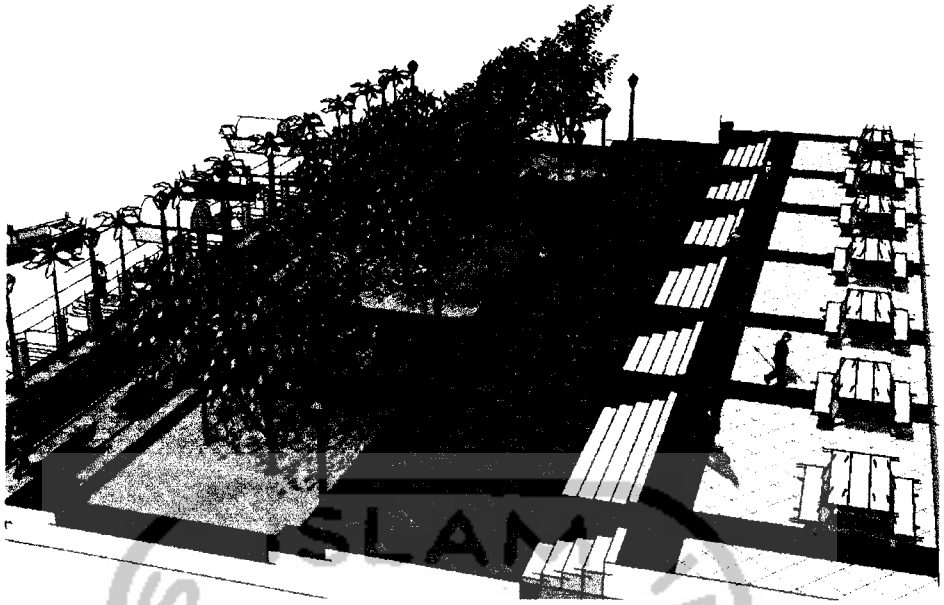
(Area tepi sungai mentaya/timur site)

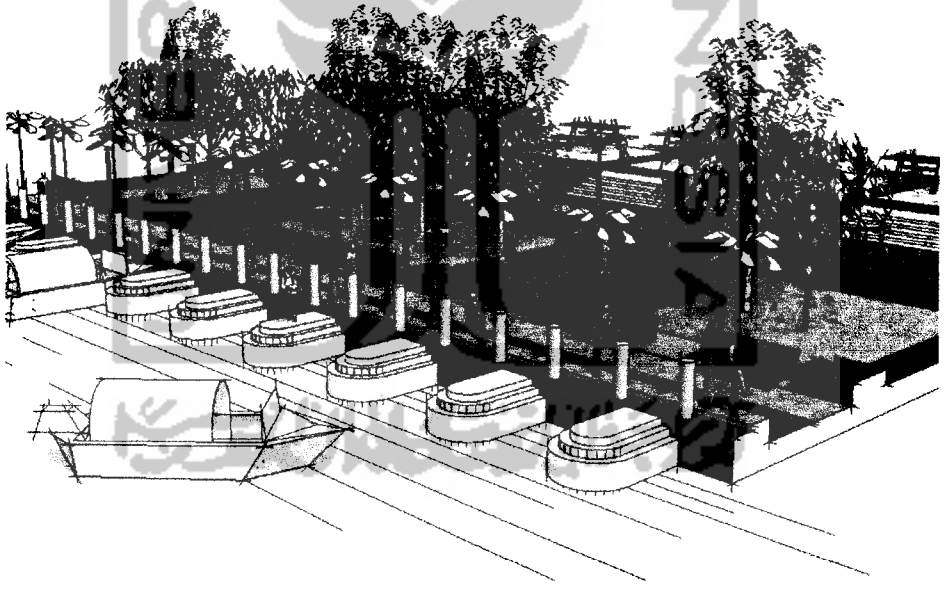


(Gagasan membuat ruang meeting diluar bangunan)

Integrasi ruang luar yang merespon meeting place, market place, traffic space dan lingkungan sekitar.


Area pedestrian dan aktivitas
Area pedestrian dan aktivitas
Area dermaga dan penghanggahan perahu



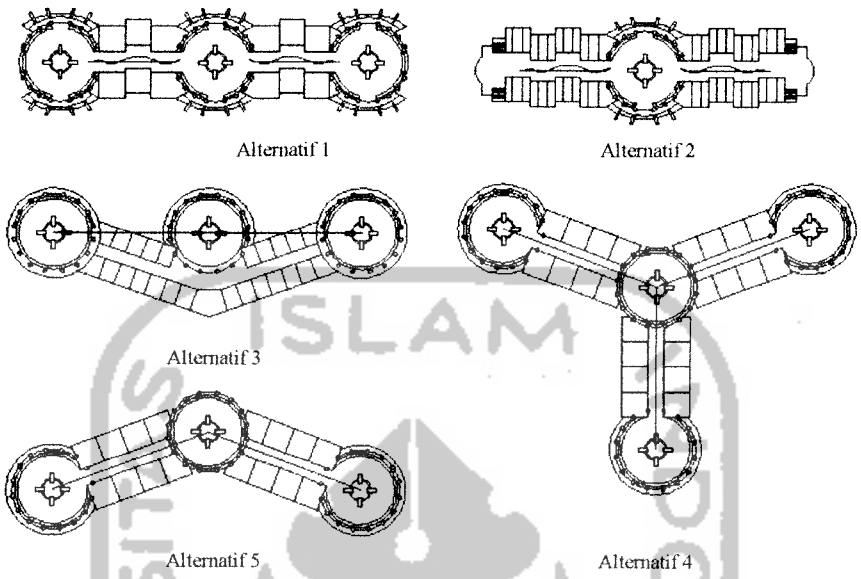


3.3.4. Komposisi bentuk

Penggabungan bentuk dasar ditinjau dari gagasan yang telah merespon publik space yang berhubungan dengan meeting place, market place, dan traffic space yang membentuk pola dan menciptakan

tata ruang. Dan dari pola tersebut akan dikomposisikan dalam geometri bentuk.

Dari geometri ada beberapa alternatif bentuk yang didapat antara lain :

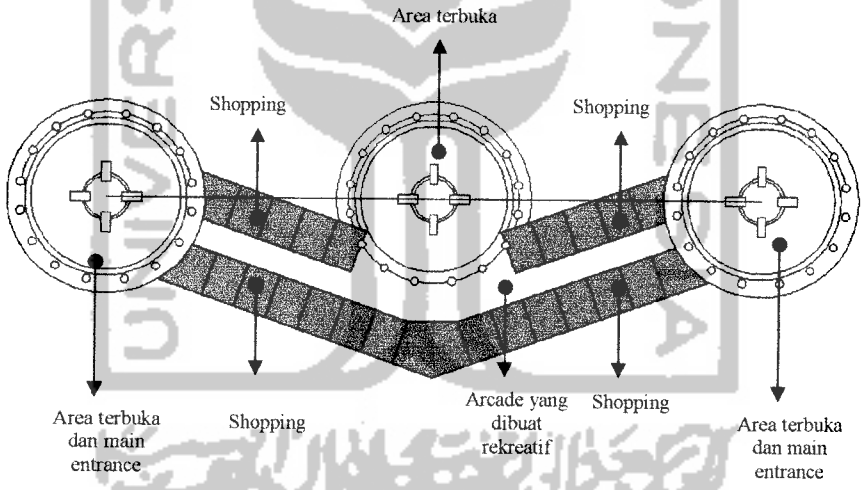


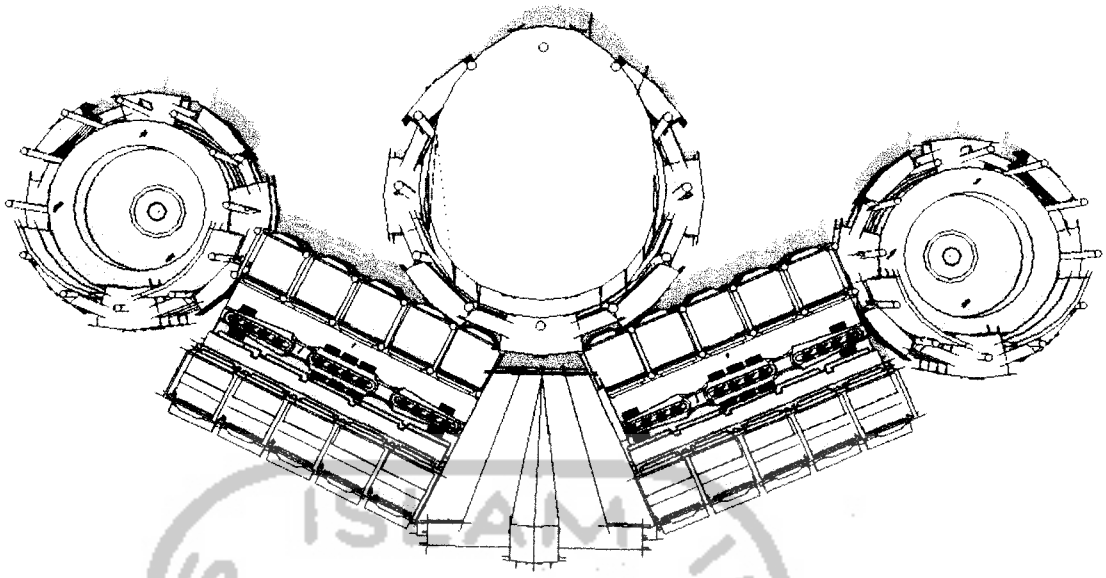
Dari beberapa alternatif diatas akan dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan antara lain :

a) Pola linier yang dominan karena site yang linier .
b) Terdapat ruang meeting place, market place, dan traffic space yang teratur.
c) Orientasi kesebelah timur atau kesungai mentaya, karena view positif dibanding arah yang lain.
d) Menyediakan Main entrance disebelah utara dan selatan, karena berhubungan dengan pertimbangan site.
e) Menciptakan suasana yang rekreatif agar saat orang melakukan aktivitas tidak merasa bosan.
f) Diusahakan luas bangunan tidak banyak memakai site, karena meeting place, market place, dan traffic space juga akan ditempatkan pada ruang luar.

Dari alternative dan beberapa pertimbangan diatas, alternative 3 yang dipilih karena :

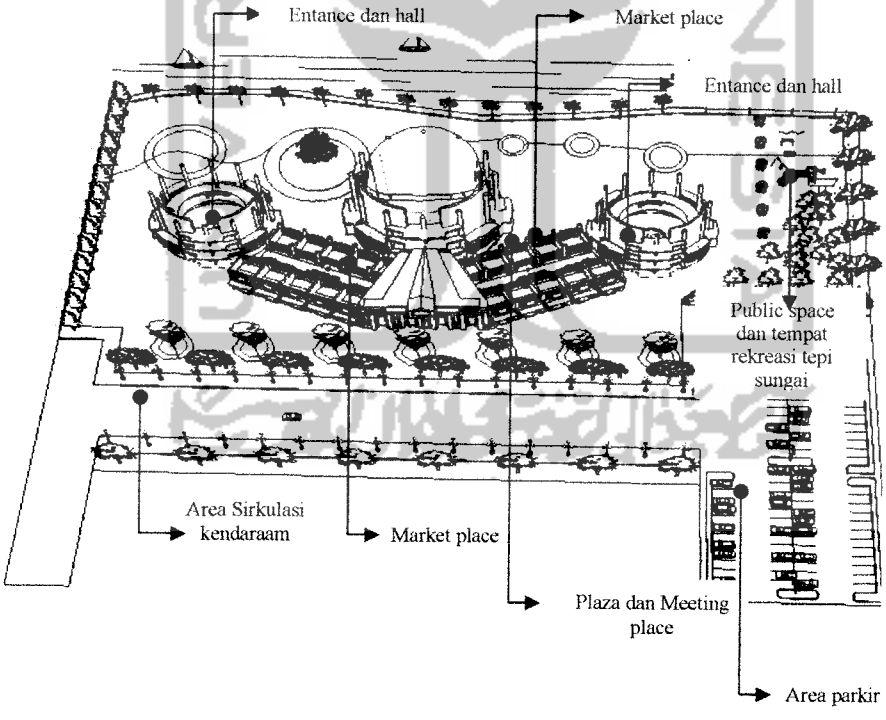
1. Banyak menyediakan ruang public yang memungkinkan orang untuk melakukan aktivitas pasar, pertemuan, dan rekreasi.
2. Pola linier pada arcade dibuat rekreatif agar secara visiual pengunjung tidak merasa jenuh dan monoton dengan komposisi ruang yang linier tersebut. Dimana saat masuk pengunjung ditempatkan pada ruang yang luas dan kemudian berjalan kearcade dengan susunan shopping di kanan kirinya. Mungkin saat mulai merasa jenuh berjalan ditempat yang diapait shopping, pengunjung kembali ditempatkan diruang yang luas begitu selanjutnya sampai akhir pedestrian pada arcade.
3. Komposisi ruang menegaskan berorientasi kearah timur. Dan main entrance terletak pada diujung-ujung arcade.
4. Dilihat dari bentuk dan komposisi ruang, bangunan tidak terlalu besar dalam site.





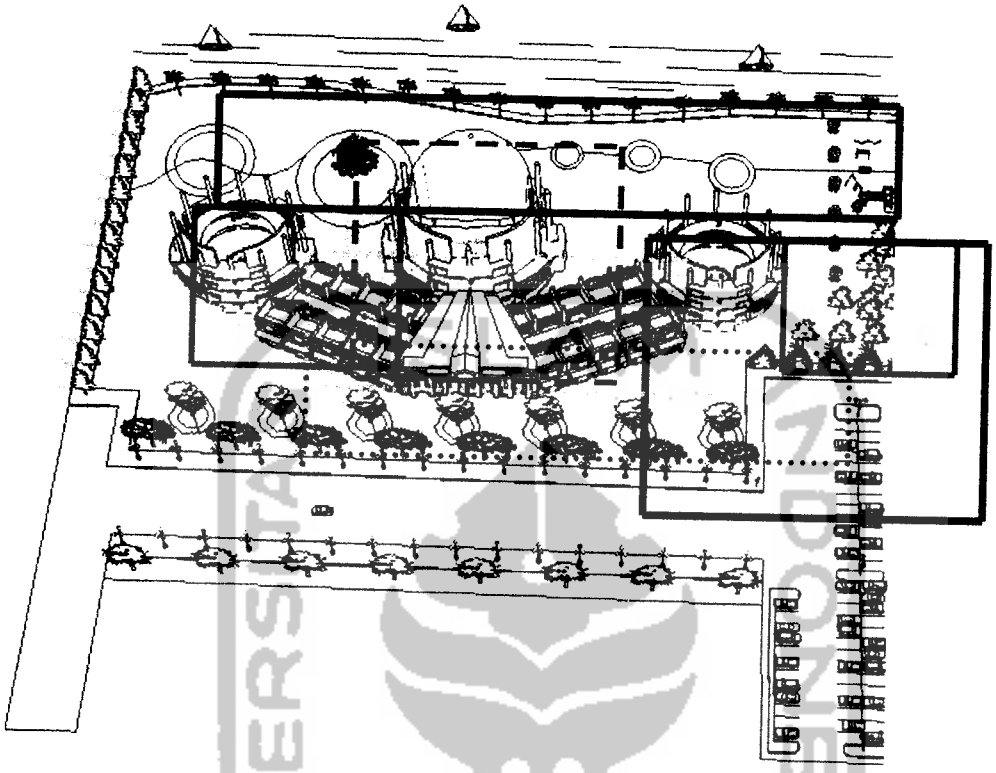
3.3.5. Zonning/Plotting

Zona-zona bangunan terbentuk sesuai dengan kelompok aktivitas yang ada dalam shopping arcade yang merespon market place, meeting place, traffic space.



3.3.6. Skema pembagian wilayah kegiatan.

Perwilayahan kegiatan dipisahkan berdasarkan pada aktivitas kegiatan periode waktu kegiatan yang berbeda dalam shopping arcade.



Zona main entrance dan pengelola

Zona Hunian dan pusat perbelanjaan

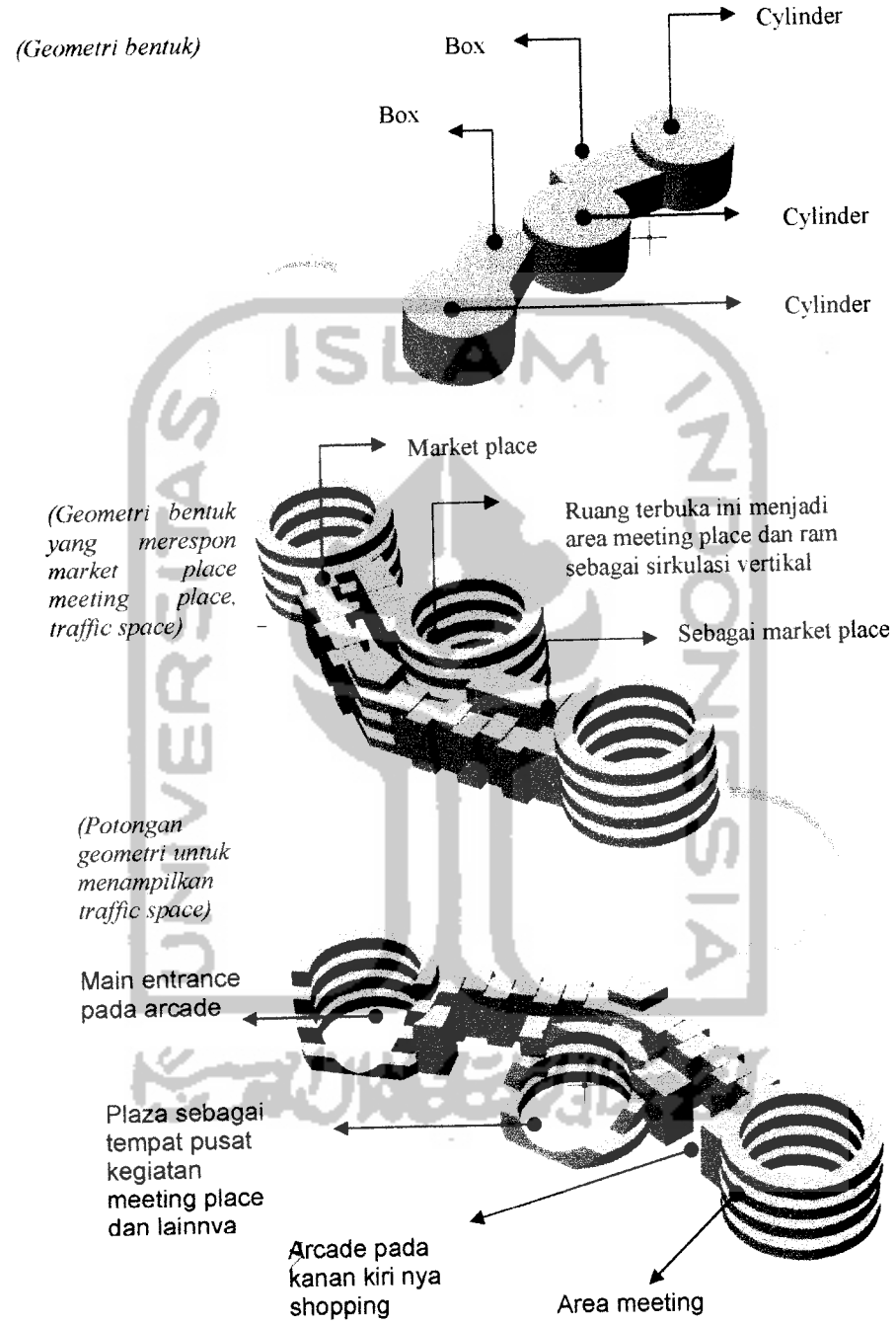
Zona rekreasi

Zona penghubung unit bangunan

Zona Perbelanjaan

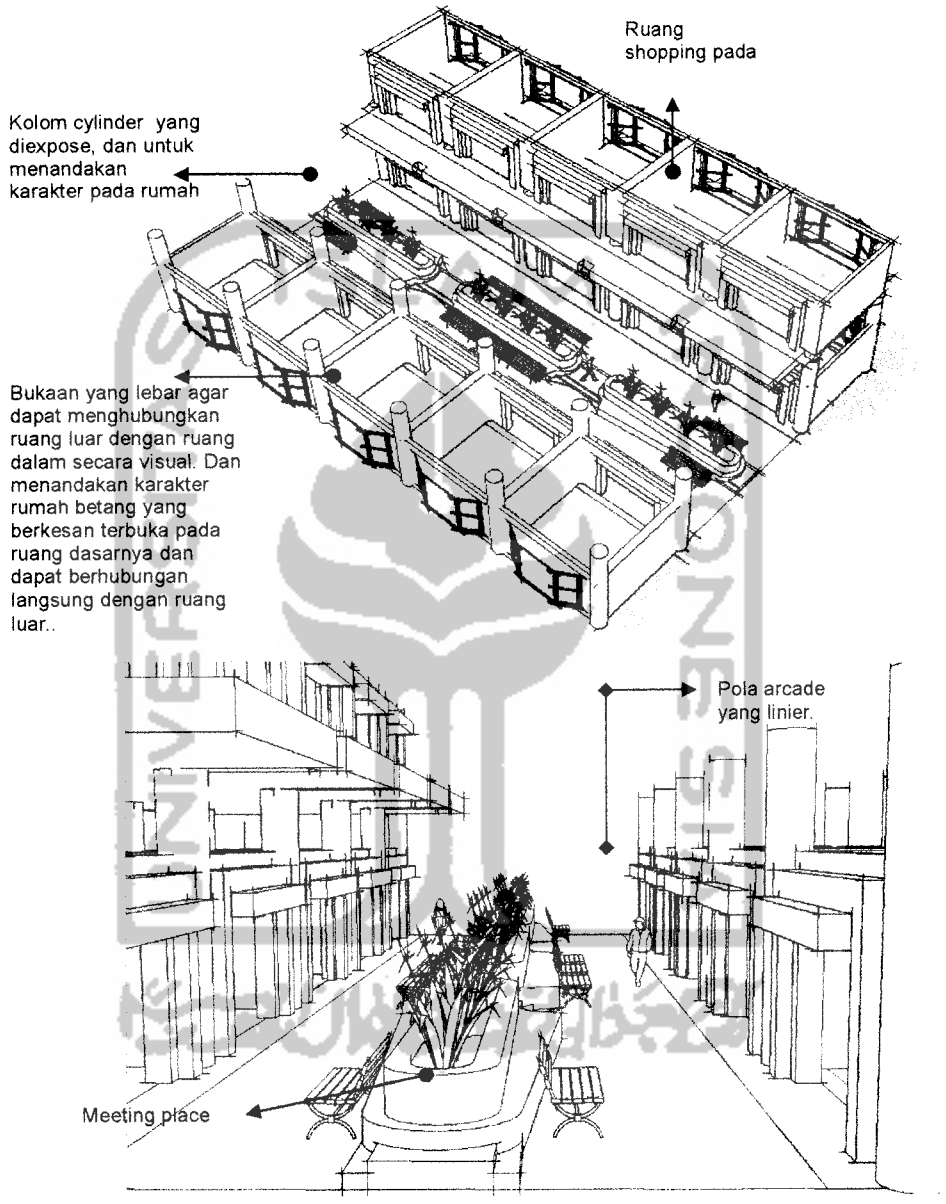
3.3.7. Skema gubahan massa

Komposisi dari geometri bentuk secara tiga dimensi sebagai bentuk dasar bangunan dalam bentuk gubahan massa, dan juga merespon meeting place, market place, dan traffic space.



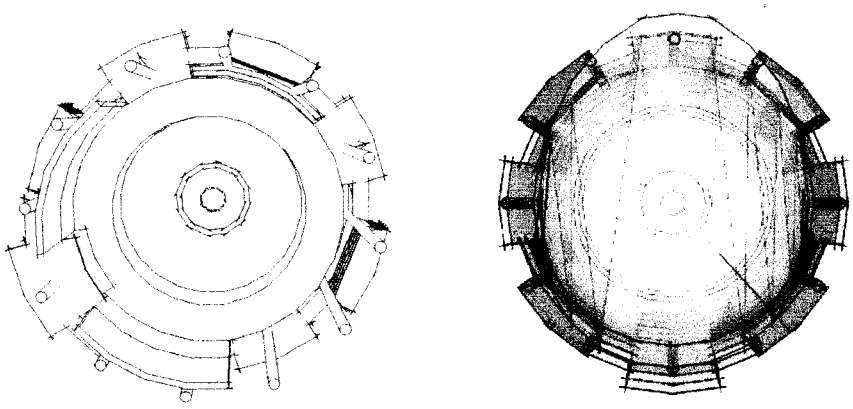
3.3.8 Bentuk Arcade dan Plaza

Arcade dapat diartikan suatu area pergerakan (linier) pada suatu center city business area yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.[22]

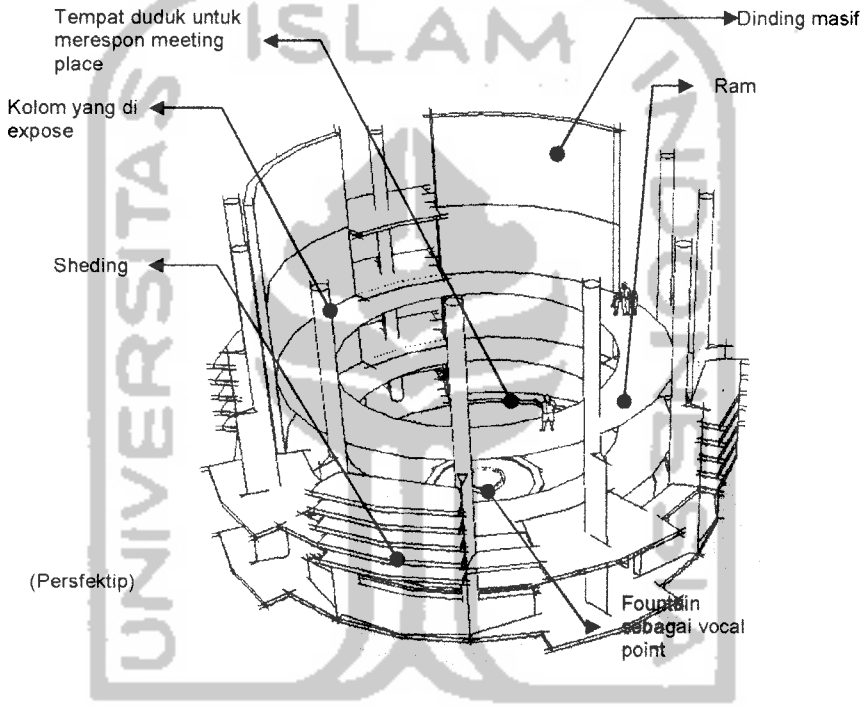


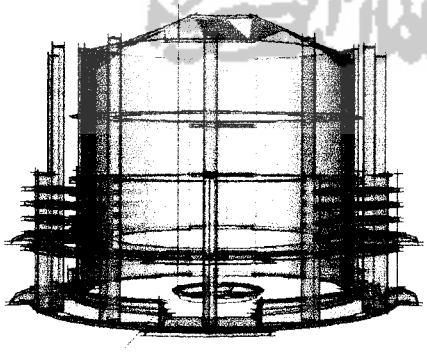
(Bentuk arcade yang merespon meeting place dan market place)

[22] Rubenstein, Harvey, M., 1978

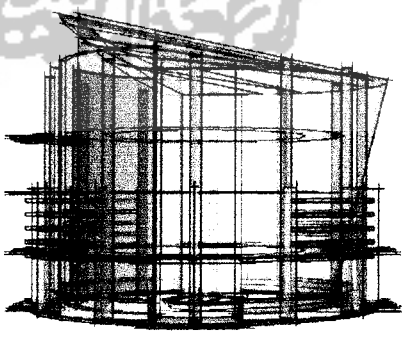


(Tampak atas)





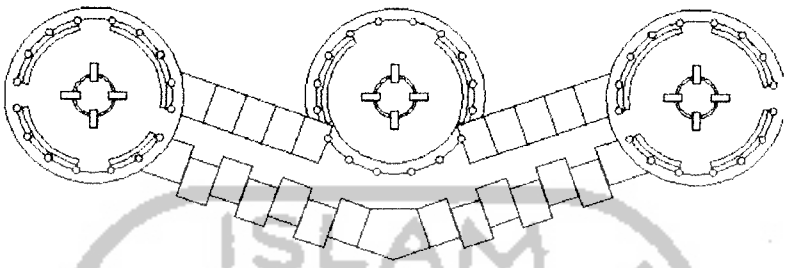
(Tampak timur)



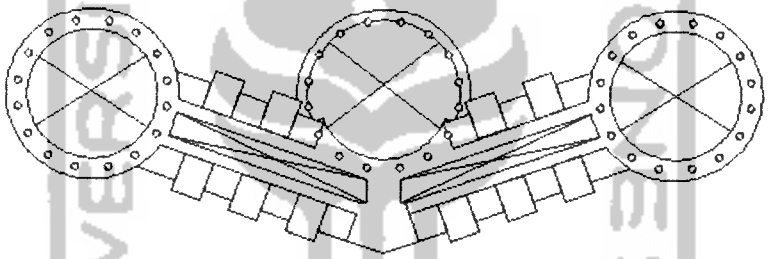
(Tampak utara dan selatan)

3.3.9. Bentuk denah

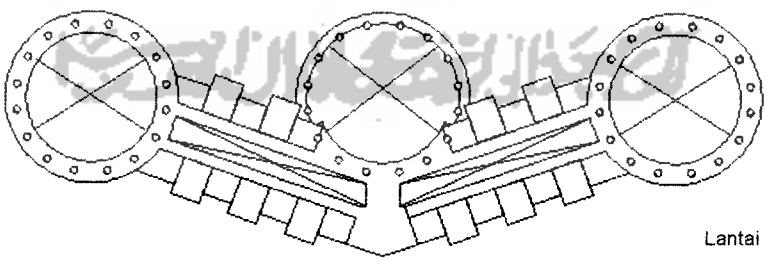
Dari beberapa komposisi yang merespon meeting place, market place, traffic space dan pola sirkulasi, sehingga tercipta bentukan denah yang mengintegritas ruang public tersebut.



Lantai 1



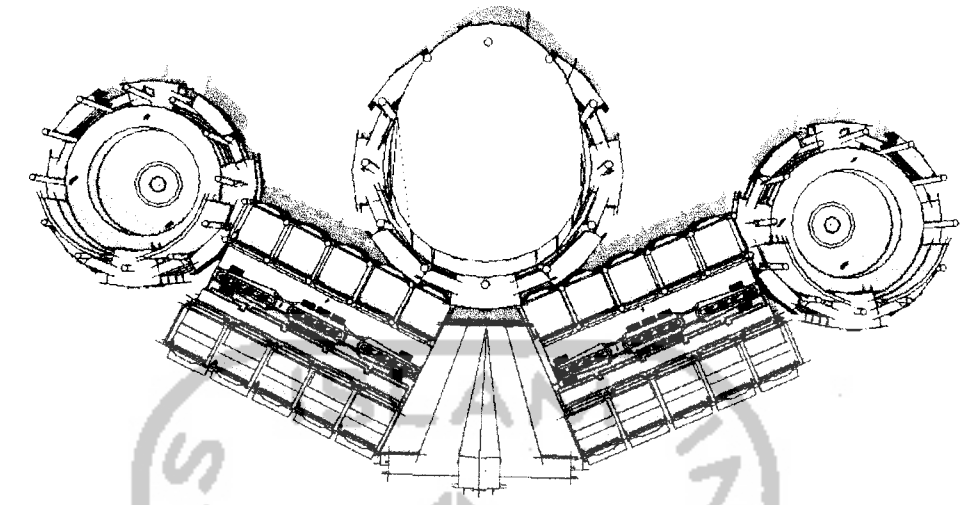
Lantai 2

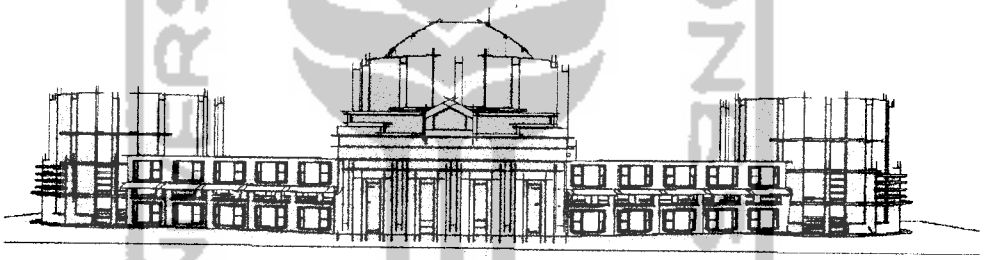


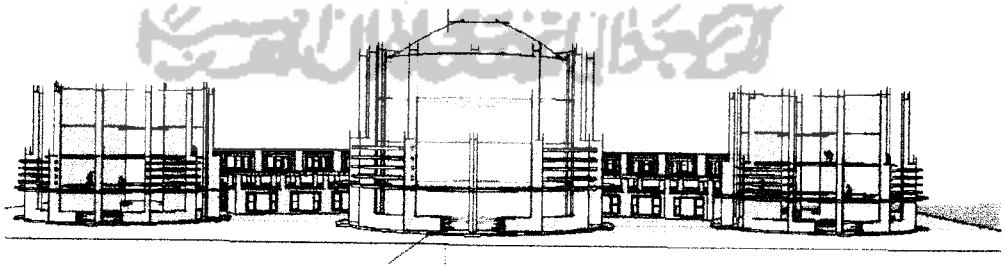
Lantai 3

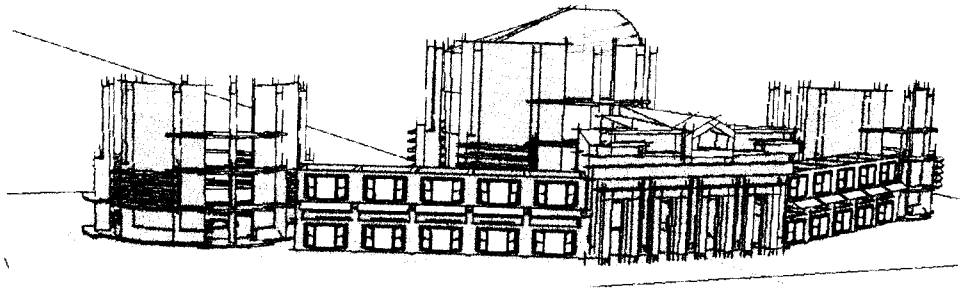
3.3.10. Integrasi ruang Shopping arcade.

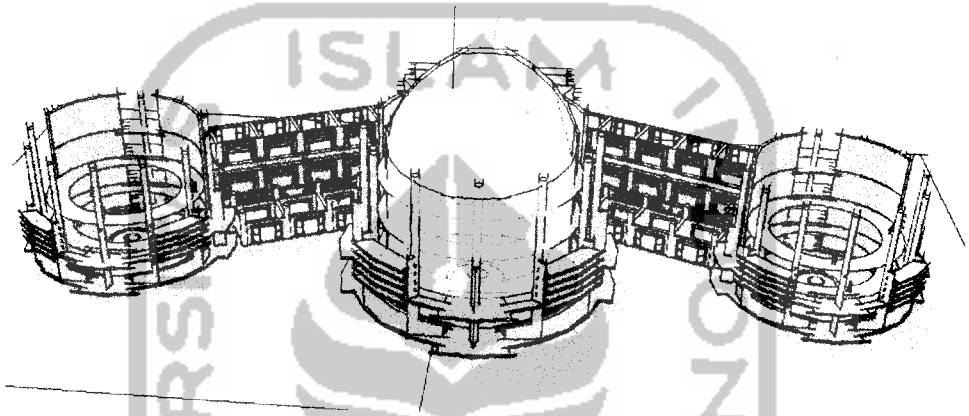
Dari denah dapat menunjukkan komposisi ruang pada shopping arcade, sehingga integrasi ruang sudah terbentuk.

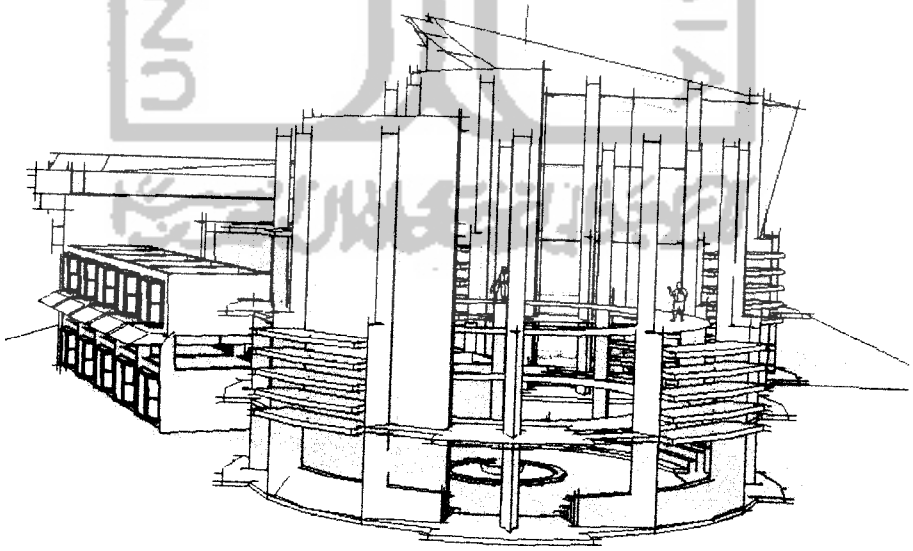


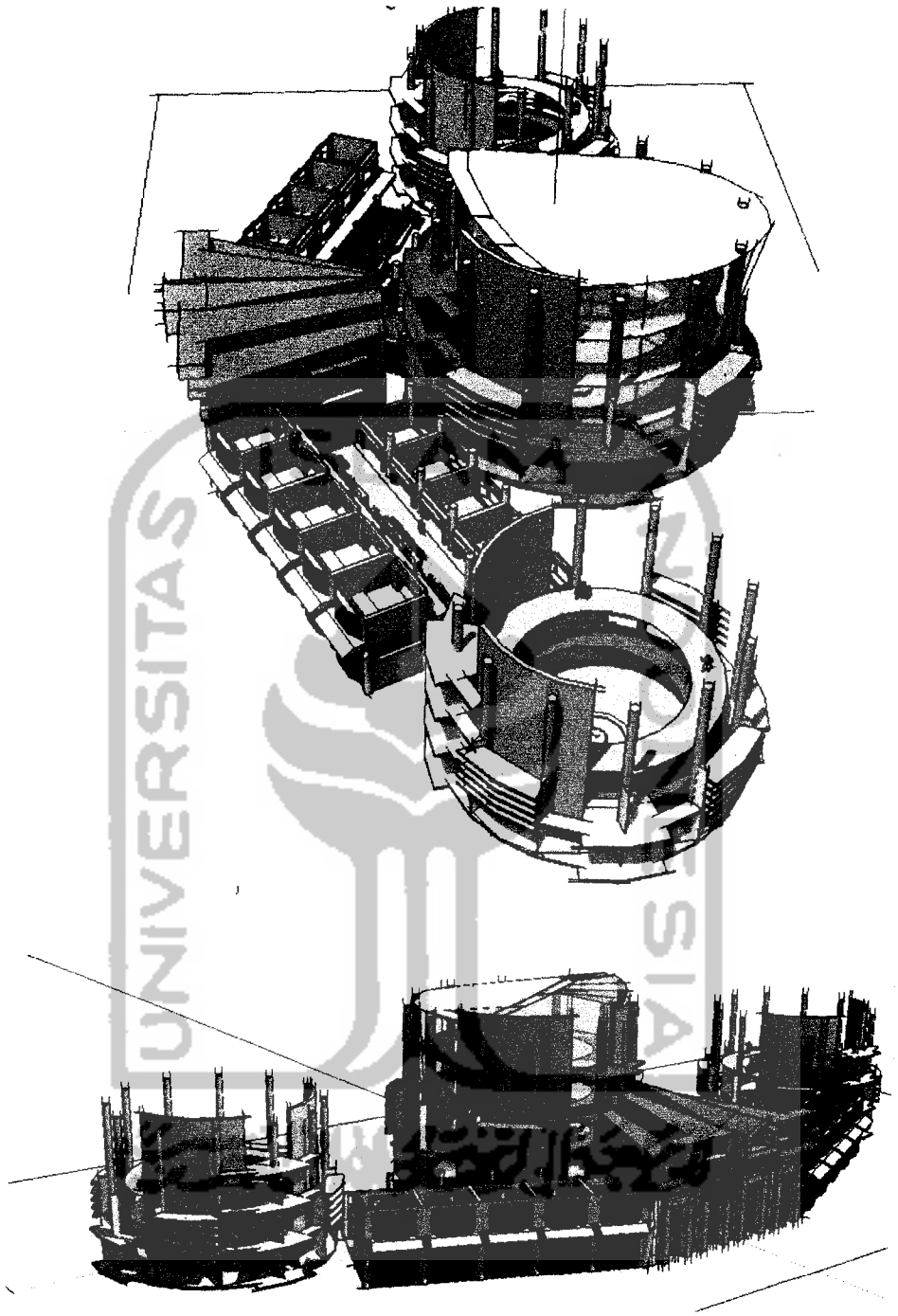








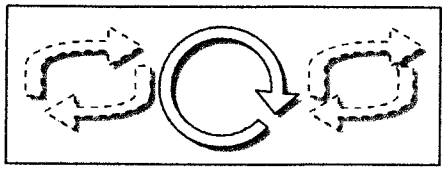




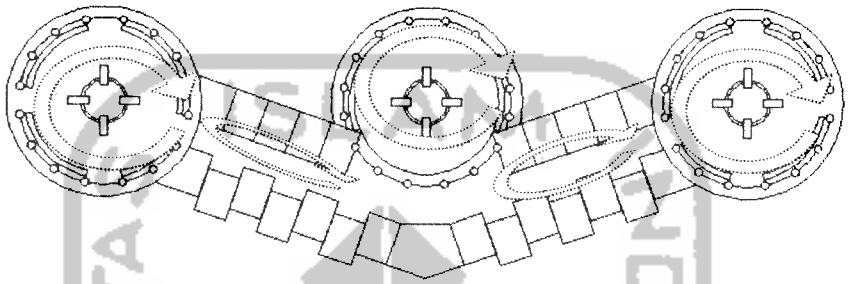
3.3.12. Traffic space

a. Sirkulasi ruang dalam

Ditekankan pada pedestrian

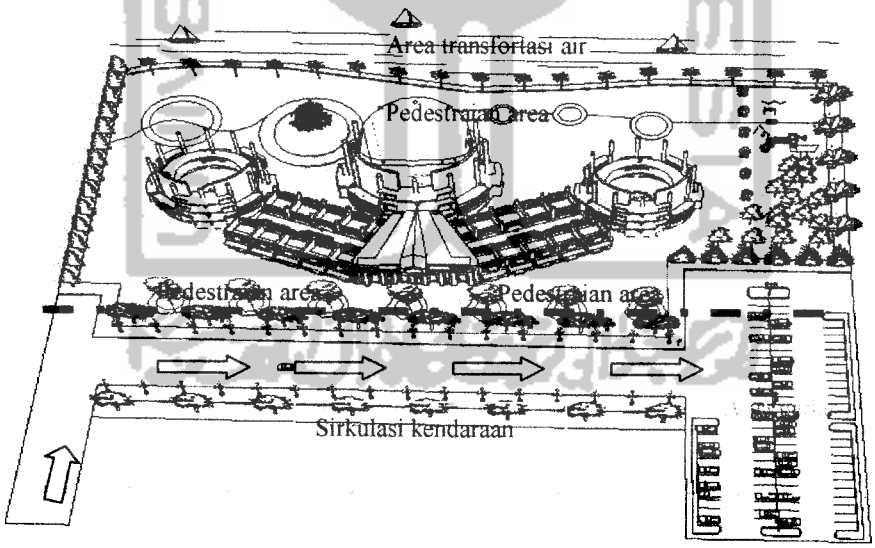


Konsep sirkulasi diterapkan



b. Sirkulasi ruang luar

Pembagian sirkulasi pedestrian dan kendaraan

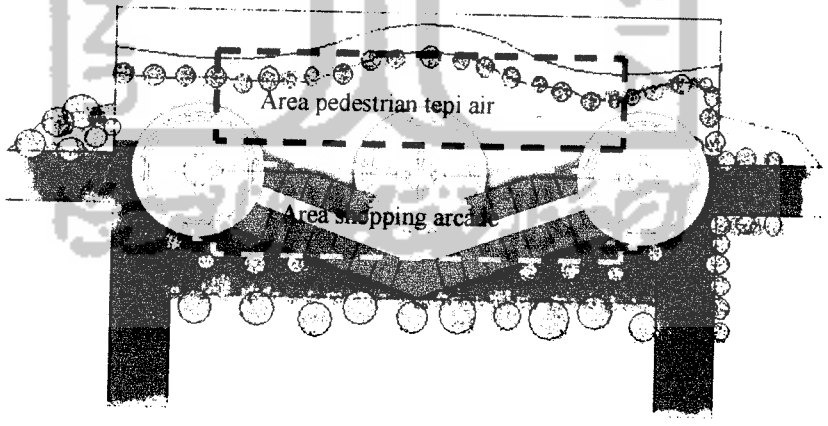


3.3.13. Periode waktu aktivitas.

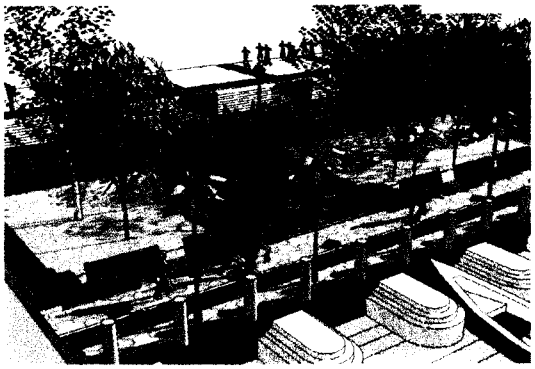
(Perpindahan aktivitas dalam periode waktu)

PERIODE WAKTU AKTIVITAS	SHOPPING ARCADE					
	RUANG LUAR			RUANG DALAM		
	MEETING PLACE	MARKET PLACE	TRAFFIC SPACE	MEETING PLACE	MARKET PLACE	TRAFFIC SPACE
PAGI HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK, CAFETARIA	SARAPAN PAGI DICAFETARIA.	OLAHRAGA PAGI DI AREA PEDESTRIAN.			
SIANG HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI BAWAH POHON.		AKTIVITAS KENDARAAN DAN PEJALAN KAKI.	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR.
SORE HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI BAWAH POHON, DUDUK DI TEPI SUNGAI MENTAYA.	LOS, CAFE DAN PEDAGANG KAKI LIMA.	PEDESTRIAN DIPENUHI PENGUNJUNG UNTUK REKREASI.	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR.
MALAM HARI	TEMPAT DUDUK-DUDUK DI TEPI SUNGAI, DAN CAFE.	LOS, CAFE DAN PEDAGANG KAKI LIMA.	PEDESTRIAN DIPENUHI PENGUNJUNG UNTUK REKREASI.	TEMPAT DUDUK DI ARCADE, CAFE, RESTOURAN, PADA FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PADA FASILITAS PERBELANJAAN, FASILITAS REKREASI DAN HUNIAN.	PEDESTRIAN PADA ARCADE DAN SELASAR.
MALAM SAMPAI PAGI				PADA FASILITAS REKREASI SEPERTI RESTOURAN, NIGHT CLUB, CAFE MALAM, BIOSKOP, DAN HOTEL.	PADA FASILITAS REKREASI SEPERTI RESTOURAN, NIGHT CLUB, CAFE MALAM, BIOSKOP, DAN HUNIAN.	PEDESTRIAN PADA SELASAR.

Dari analisa diatas ada beberapa ruang yang tidak aktif dalam periode waktu tertentu.



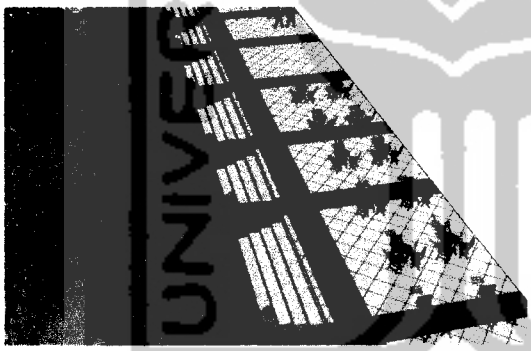
Area ruang luar



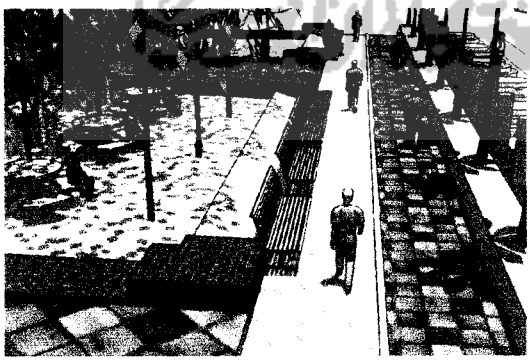
(Lari pagi di pedestrian)



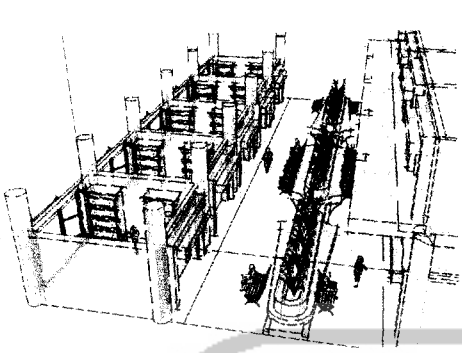
(Senam pagi di pedestrian)



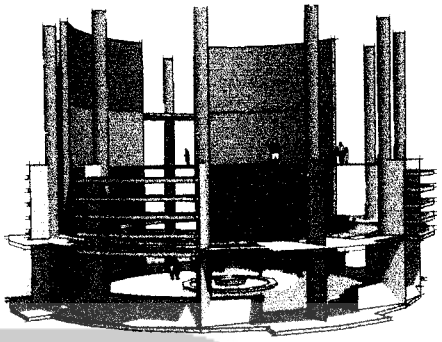
(Sarapan di café dekat sungai mentaya)



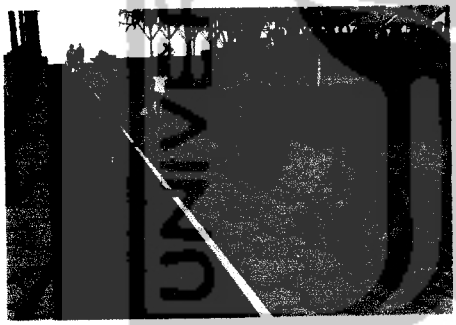
(Duduk dibawah pohon siang hari)



(Berbelanja dan duduk santai di arcade)



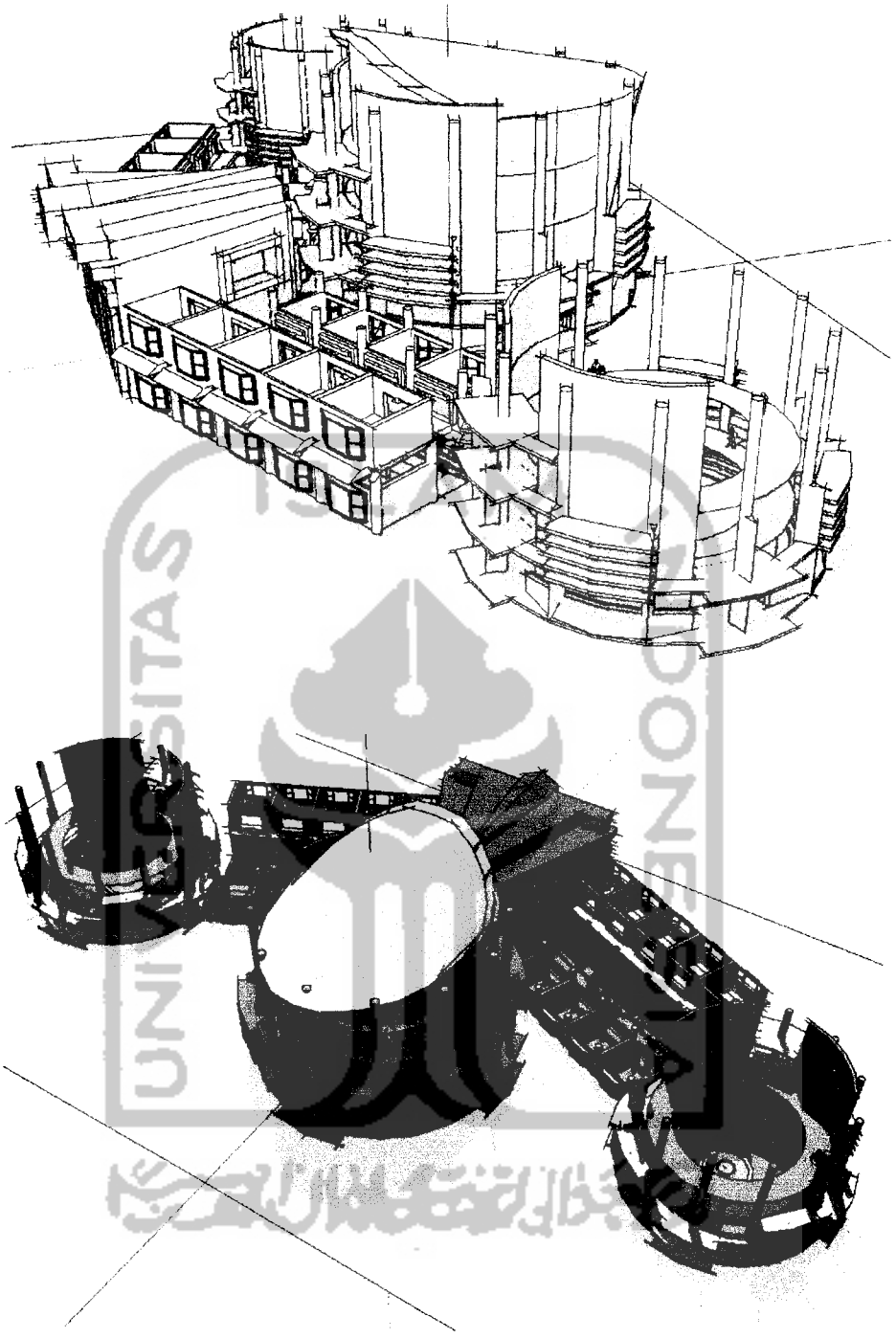
(Jalan-jalan di plaza dan duduk santai di café pada plaza)



(Sore hari jalan-jalan ditepi sungai dan duduk-duduk santai)



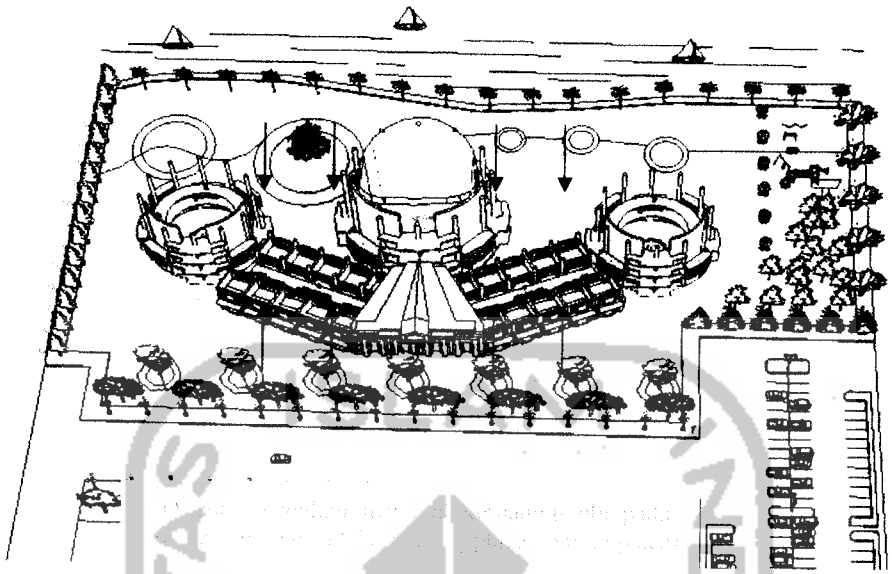
(Terdapat los yang pada sore hari buka, dan aktivitas tersebut berlangsung sampai malam hari)



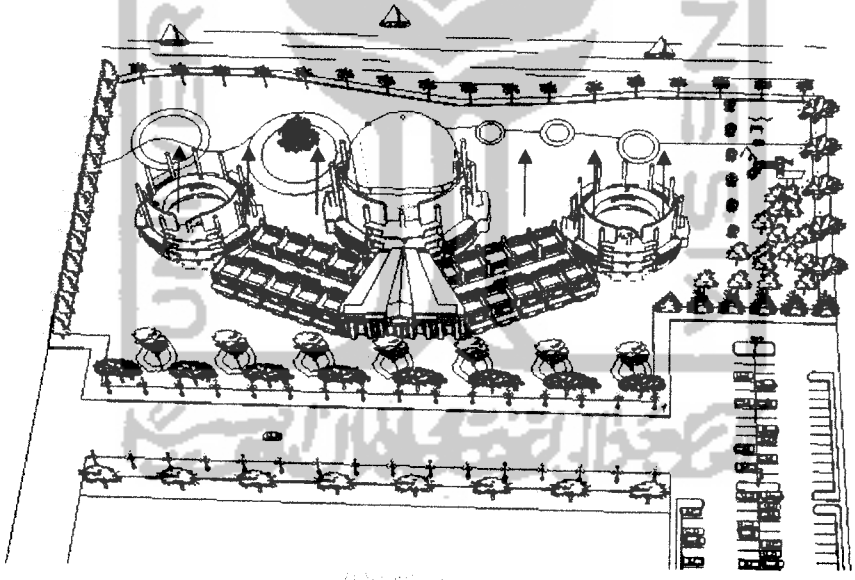
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

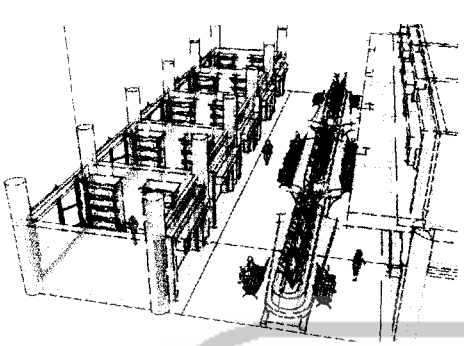
3.3.11. Orientasi bangunan

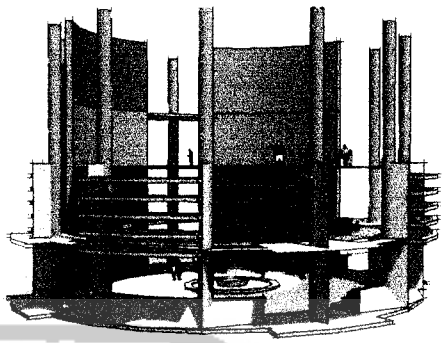
Orientasi kedalam



Orientasi keluar

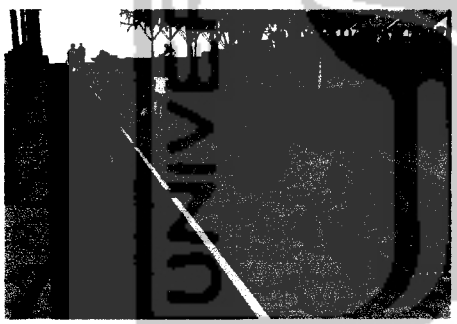






(Berbelanja dan duduk santai di arcade)

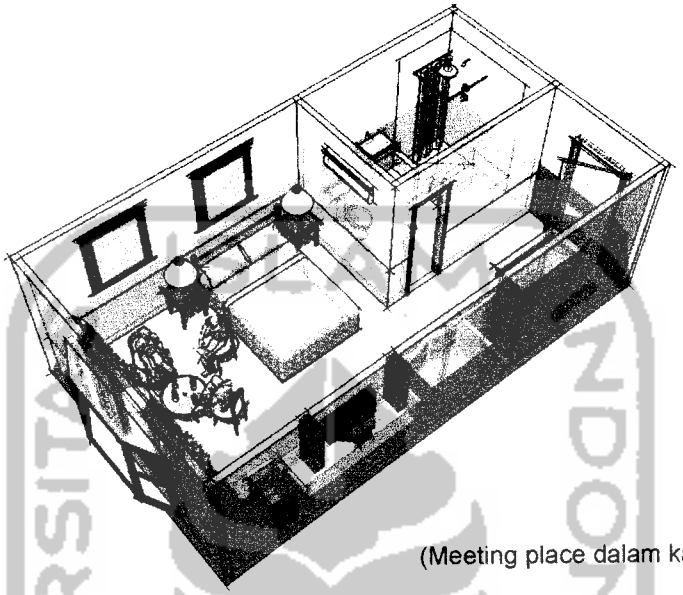
(Jalan-jalan di plaza dan duduk santai di café pada plaza)



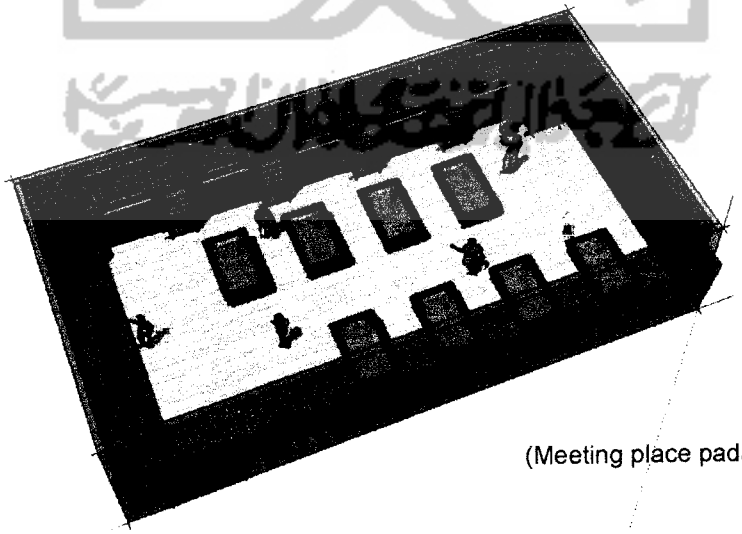


(Sore hari jalan-jalan ditepi sungai dan duduk-duduk santai)

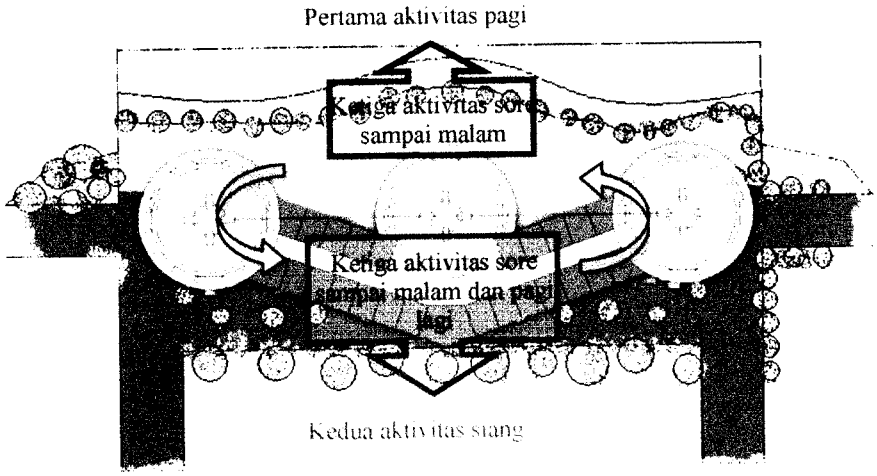
(Terdapat los yang pada sore hari buka, dan aktivitas tersebut berlangsung sampai malam hari)



(Meeting place dalam kamar hotel)



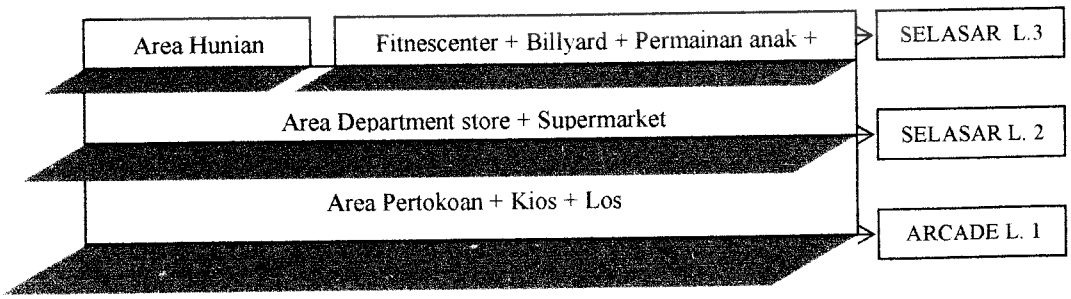
(Meeting place pada fasilitas rekreasi)



Keterangan :

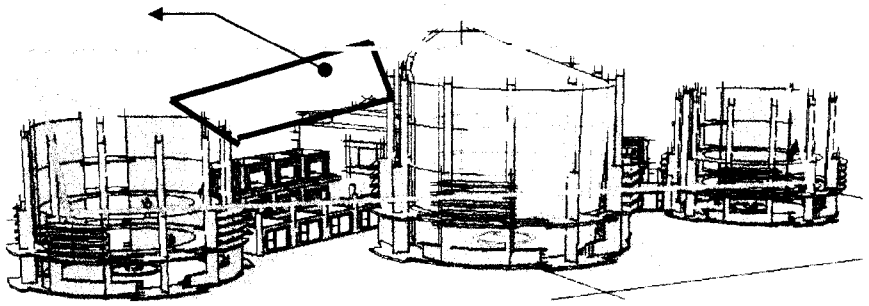
- Pertama, aktivitas pagi terjadi di area pedestrian dekat sungai.
- Kedua, menjelang siang, pergerakan aktivitas berpindah kedalam bangunan, sehingga aktivitas dominant di dalam. Karena kebayakan orang menghindari panas matahari.
- Ketiga, sore hari beberapa aktivitas mulai berpindah lagi keluar. Karena banyak orang yang berekreasi menikmati suasana sungai mentaya. Sehingga banyak pedagang kaki lima memanfaatkan keadaan tersebut dan berjualan ditempat tersebut. Sehingga aktivitas berjalan sampai malam hari.
- Keempat, aktivitas malam berjalan di area rekreasi dan hunian di dalam bangunan sampai pagi hari. Karena ada beberapa fasilitas yang menunjang kebutuhan masyarakat dalam waktu tersebut.

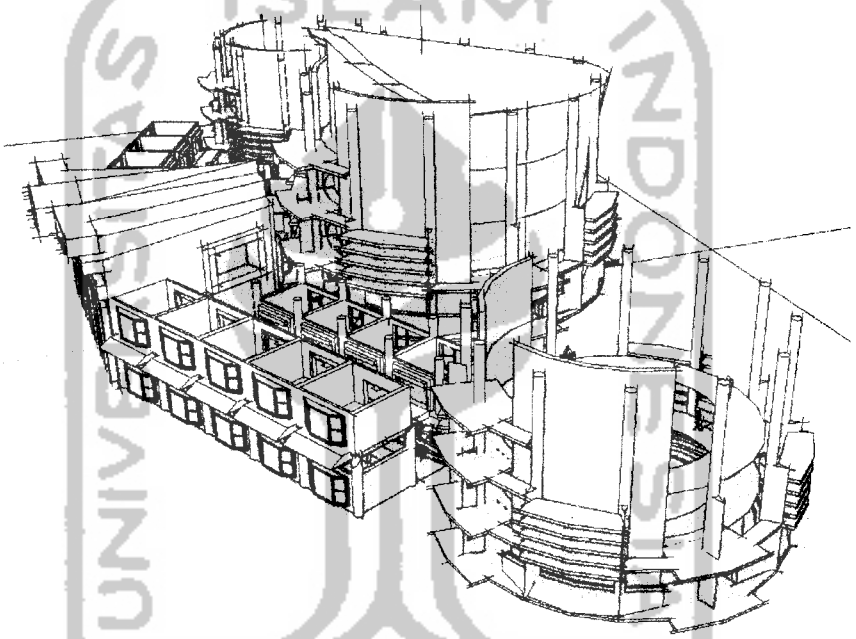
Dari analisa diatas dapat membentuk pembagian ruang fasilitas dalam beberapa blok, karena dari pengamatan di atas ada beberapa ruang yang tidak aktif pada periode tertentu. Sehingga perlu di atur sirkulasi dalam pencapaiannya.



Area rekreasi

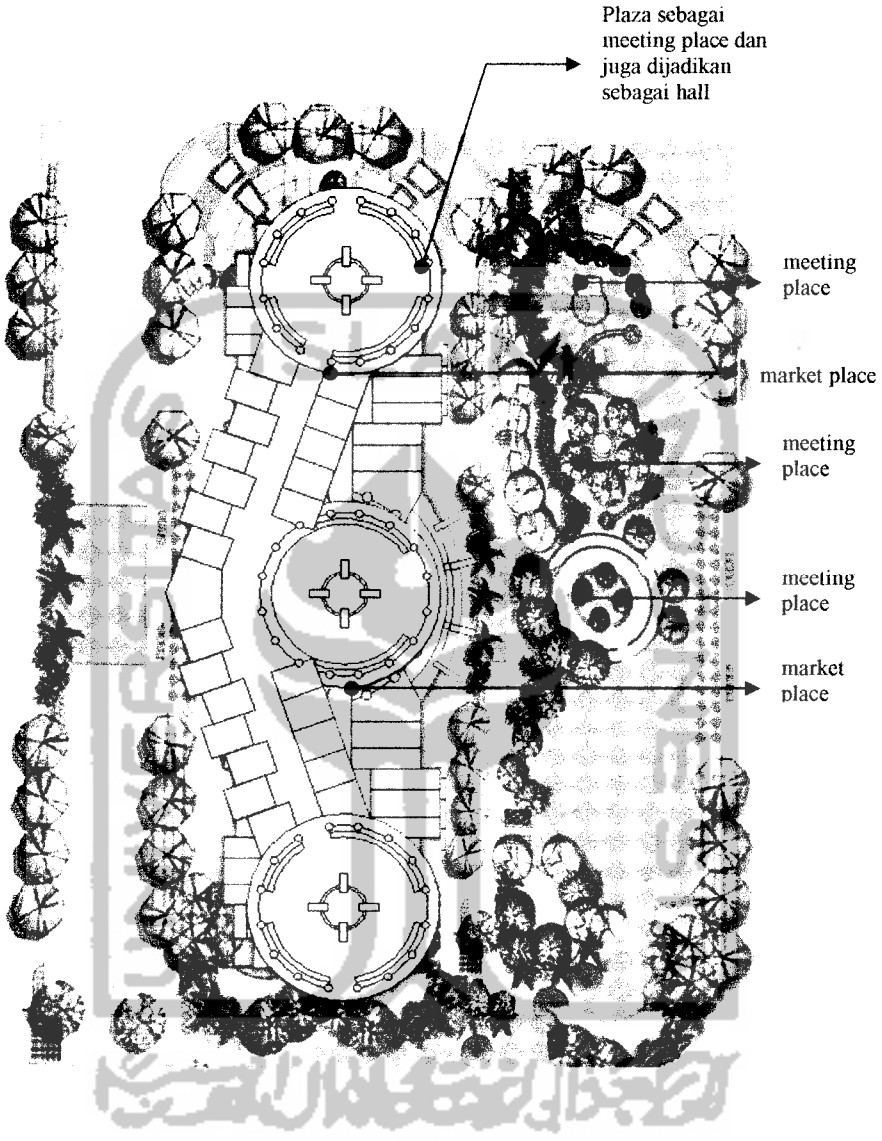
Area hunian

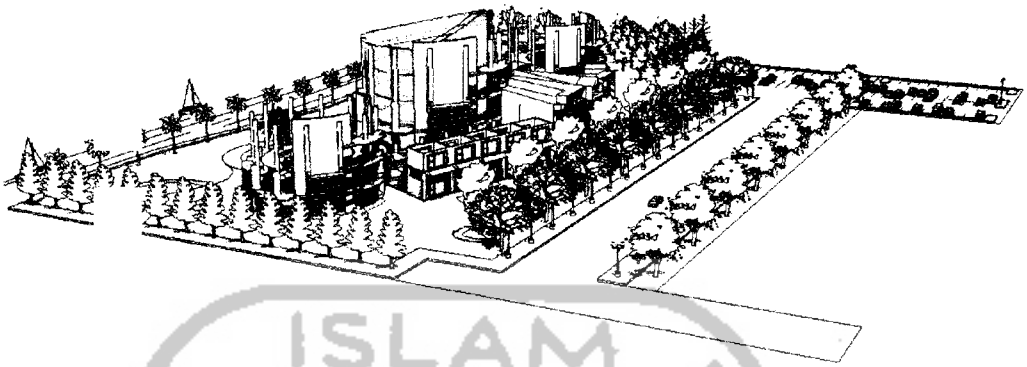


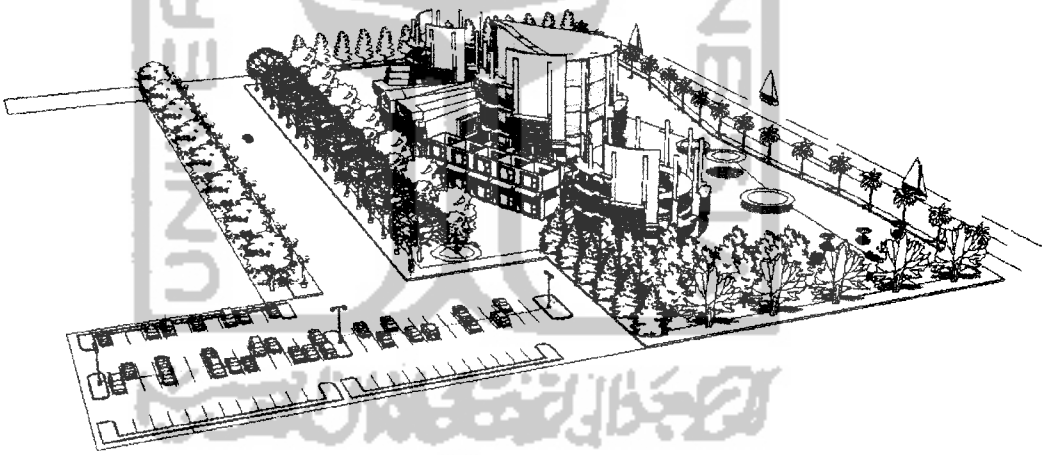


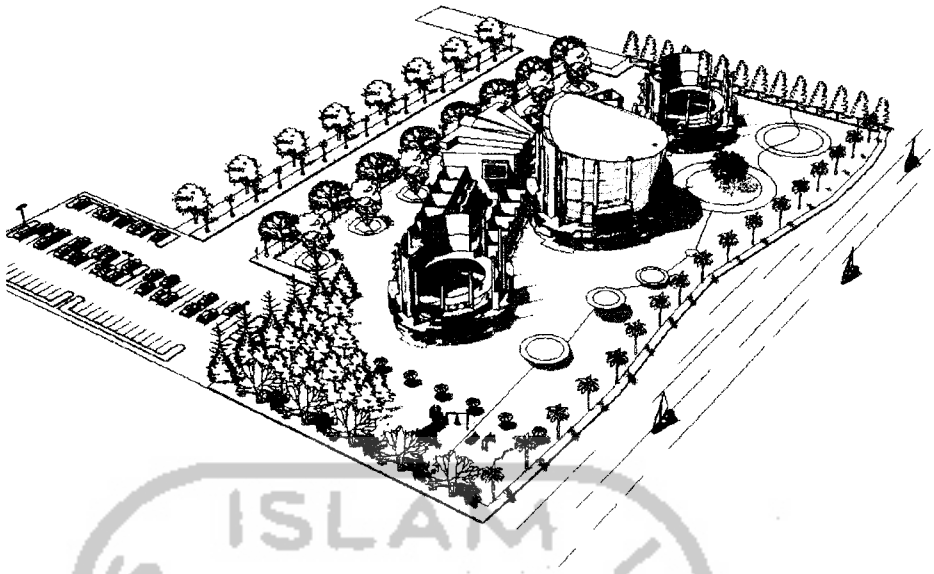
3.3.14. Integrasi ruang dalam dan ruang luar

Menciptakan ruang luar dan ruang dalam yang merespon meeting place, market place, traffic space, dan juga lingkungan sekitar pada site. Selain itu juga ruang publik ini bisa menjadi tempat rekreasi.







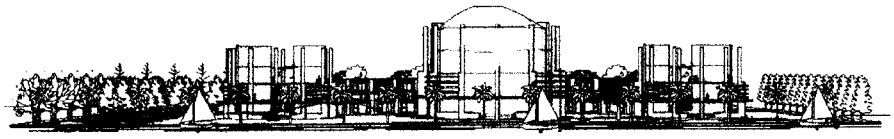




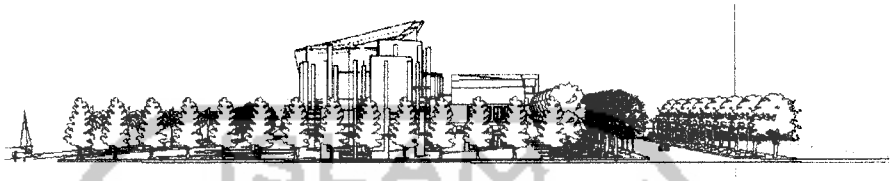
View dari barat



View dari Selatan



View dari Timur



View dari Utara.

BAB IV
LAPORAN PERANCANGAN

4.1 Perkembangan desain

4.1.1 Kriteria Desain Shopping Arcade

Desain Shopping Arcade yang dirancang di kota Sampit ini merupakan suatu pusat perbelanjaan baru dan modern yang mempunyai fungsi komersial yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat urban sepanjang masa dan dapat menjadi sektor perekonomian baru di kota Sampit. Desain Shopping Arcade ini juga merespon akan natural setting, prilaku, dan lingkungan fisik, sehingga desain Shopping Arcade dapat sesuai dengan lingkungan sekitar, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan.

Dalam aktivitas urban, desain Shopping Arcade dapat menjadi tempat jual beli atau pasar (market place), tempat melakukan pertemuan (meeting place), dan juga lalu lintas ruang (traffic space). Sehingga ruang publik di kota Sampit dapat tertata dan terencana.

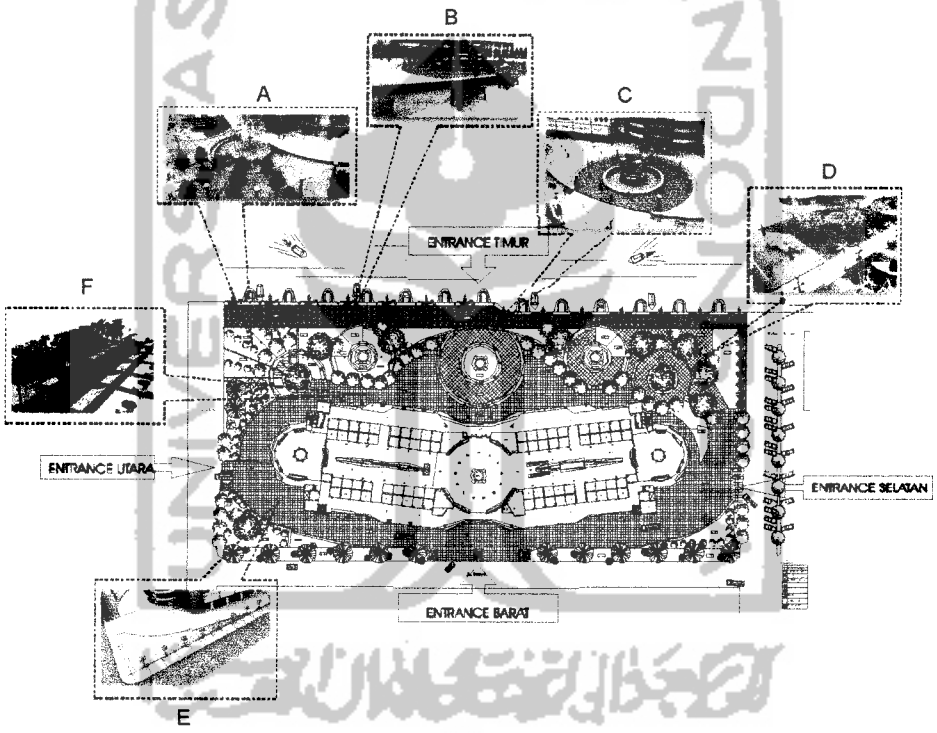
4.1.2 Desain Shopping Arcade

1) Merespon market place, meeting place, dan traffic space di dalam dan di luar ruangan pada shopping arcade dan tanggap terhadap lingkungan sekitar.

a. Site Plan

Pada site plan, area meeting place dan market place terbagi menjadi dua area, yaitu pada luar bangunan dan dalam bangunan, sehingga membentuk sebuah traffic space yang mengintegrasikan ruang luar dan dalam. Untuk merespon itu, pada site dibuat banyak tempat duduk untuk area meeting place. Dibuat rindang untuk berteduh dari sinar matahari dan juga berfungsi menyejukkan udara sekitar, dan dibuat plaza dengan kolam air mancur dan sculptule di tengahnya. Untuk market

place pada site, dibuat area terbuka yang akan memungkinkan los dan cafe membuka tenda untuk berjualan. Pada site plan juga dapat merespon keadaan sekitar site yang berada di tepi sungai, dan juga tanggap terhadap jalur transportasi sungai dan darat. Sehingga site entrance pada site terdapat empat penjuru, yang juga merespon aktivitas sekitar. Pada sebelah utara dibuat entrance untuk pengunjung yang dari arah pelabuhan, sebelah selatan untuk pengunjung dari area parkir kendaraan, sebelah timur untuk pengunjung dari seberang sungai atau juga yang menggunakan alat transportasi air, dan dari barat untuk sirkulasi kendaraan pengangkut barang dan juga pejalan kaki.

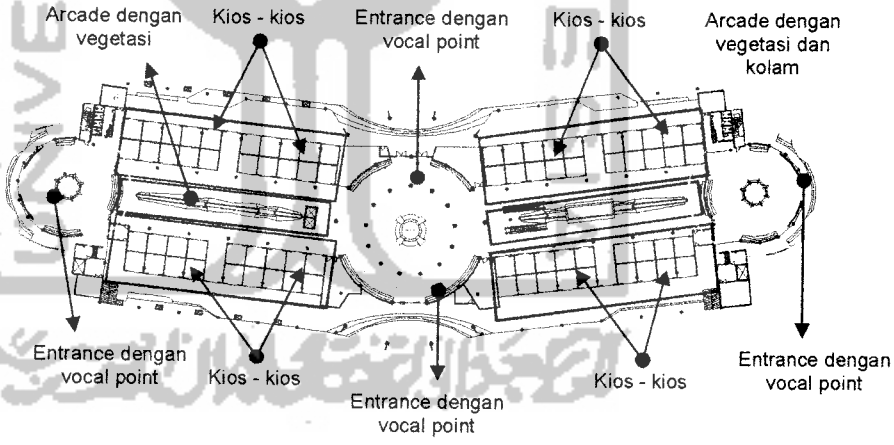


Desain Ruang luar yang berintegrasi dengan ruang dalam

b. Denah

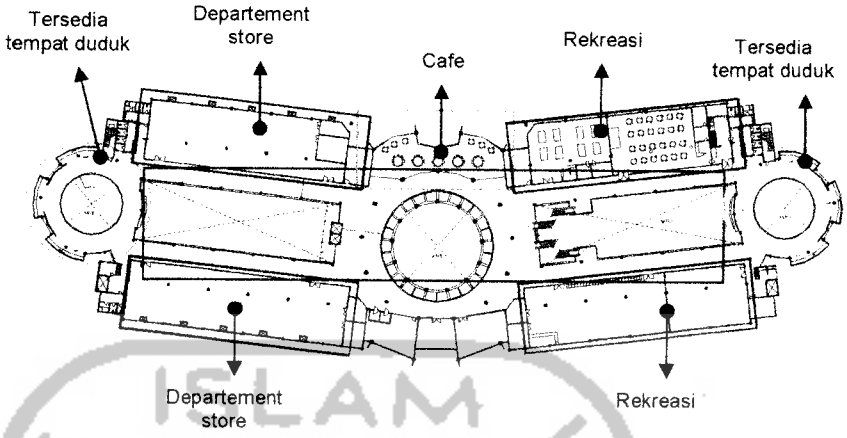
Denah pada shopping arcade ini terdiri dari tiga tingkat yang mempunyai fungsi komersial yang berbeda. Pada lantai satu terdapat susunan ruko dan beberapa los, lantai kedua pertokoan dan tempat rekreasi, dan yang ketiga terdapat hunian dan beberapa ruang komersial lainnya. Sehingga hanya karakter shopping arcade saja yang digunakan pada bangunan shopping arcade di Sampit ini. Denah terbentuk dari beberapa hal seperti keadaan eksisting site, orientasi bangunan, main entrance, dan kebutuhan ruang. Pada denah juga menyediakan area meeting pada arcade yang diberi tempat duduk dan diberi beberapa vegetasi. Untuk sirkulasi searah jarum jam sesuai dengan konsep. Di dalam bangunan juga dibuat kolam air mancur dan sculptule yang sama dengan di ruang luar. Sehingga suasana ruang luar dan dalam terasa menyatu selain secara visual.

DENAH LANTAI 1



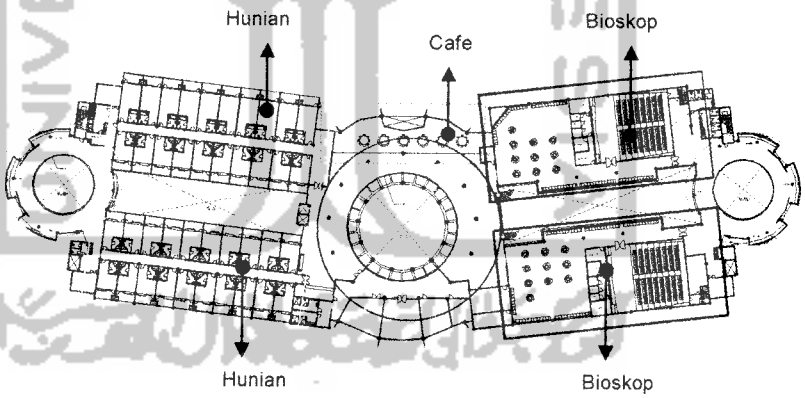
Keterangan : ------ Area market place
Area meeting place
—— Area traffic space

DENAH LANTAI 2



Keterangan : ------ Area market place
Area meeting place
------ Area traffic space

DENAH LANTAI 3



Keterangan : ------ Area market place
Area meeting place
------ Area traffic space

c. Bentuk massa bangunan dan fasade bangunan

Untuk bentuk bangunan dan tampak bangunan selain berkesan modern juga merespon lingkungan fisik sekitar dan keadaan iklim setempat. Sehingga bangunan shopping arcade ini dapat menyatu dengan daerah dan lingkungan setempat. Jadi banyak bukaan dan sheding. Bangunan berbentuk linier sesuai dengan karakter shopping arcade dan penzoningan pada site. Pada atap dag yang luas di rancang sebuah sun screen untuk mengurangi sinar matahari dan juga dapat mengarahkan arus angin untuk melalui atap dag sehingga dapat mendinginkan dag secara alami. Jadi iklim setempat dapat direspon kedesain.

TAMPAK BANGUNAN



Tampak Timur



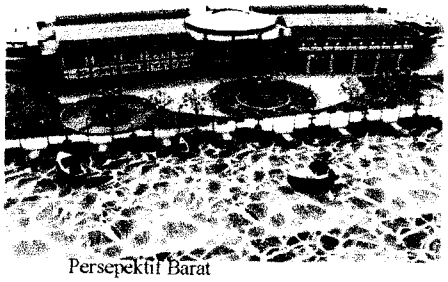
Tampak Selatan



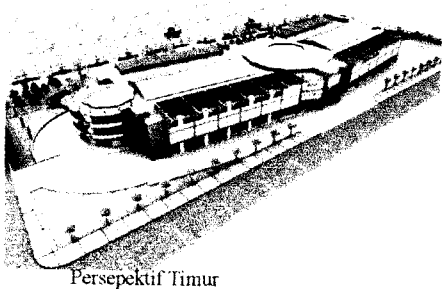
Tampak Barat



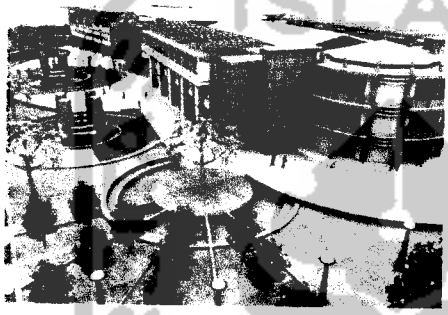
Tampak Utara



Persepektif Barat



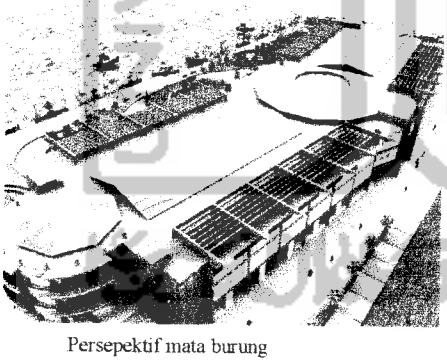
Persepektif Timur



Persepektif Utara



Persepektif Selatan



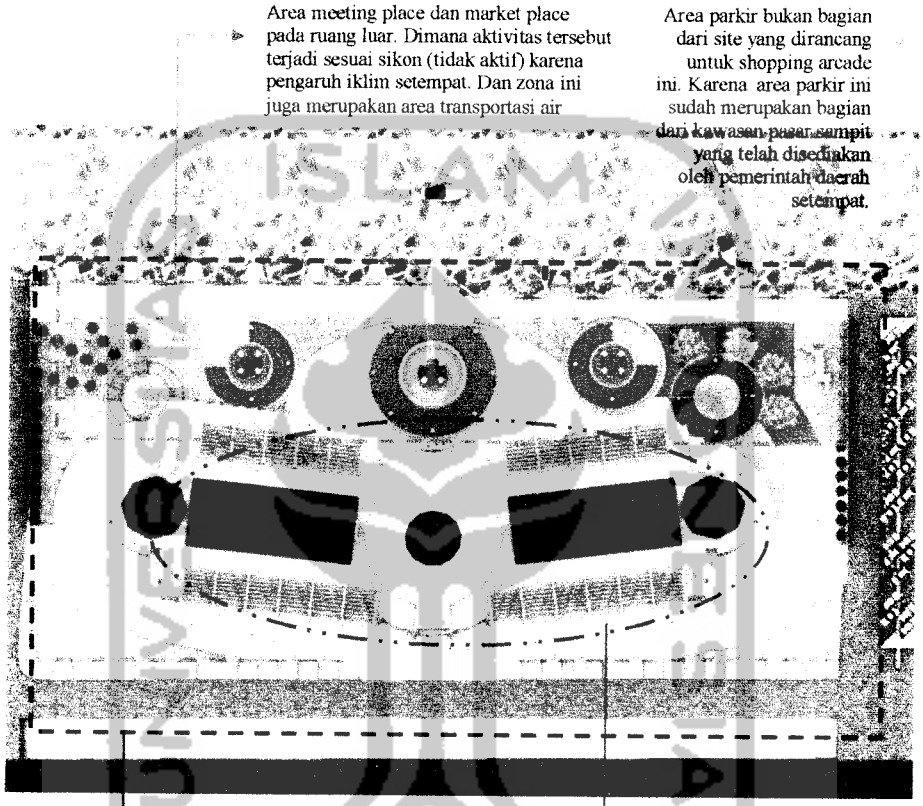
Persepektif mata burung



Persepektif mata manusia

e. Penzoning

Pembagian zona-zona untuk meeting place, market place dalam satu traffic space pada site, sehingga area-area tersebut dapat terbagi dua antara ruang luar dan ruang dalam. Dan juga dapat membagi zona-zona aktivitas yang berbeda sesuai dengan fungsinya dan karakternya. Sehingga terintegrasi antara ruang luar dan ruang dalam.



f. Area meeting place, traffic space dan market place



Dermaga tempat merapatnya transportasi air. Dibuat sebuah tangga untuk merespon pasang surutnya air sehingga tetap dapat di lalui pengunjung.



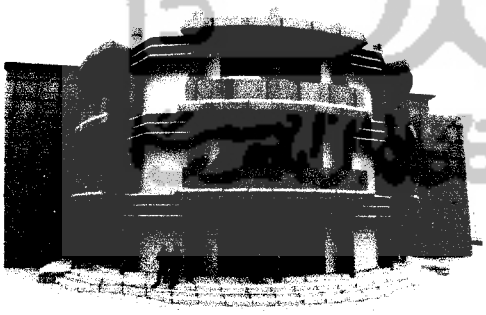
Ditepi dermaga dibuat tempat yang luar dan tempat duduk untuk merespon aktivitas dermaga dan juga saat malam hari dijadikan tempat berdagang berupa los – los dan café.



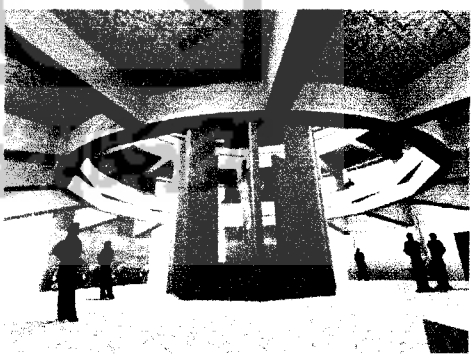
Dibuat tempat meeting dibawah pohon untuk berteduh dari sinar matahari, dan menjadi area yang sejuk.



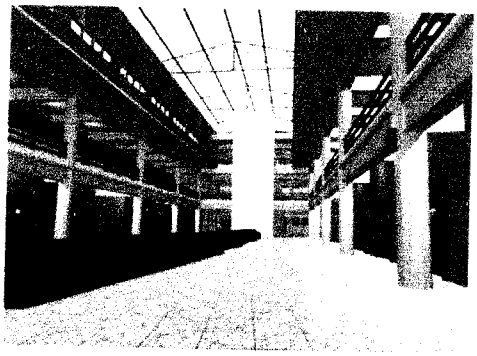
Sebuah pohon sebagai vocal point pada site dan juga berfungsi sebagai penyejuk udara.



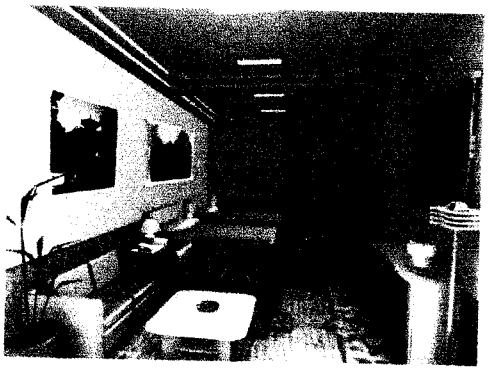
Entrance yang dirancang dengan geometri tabung yang di sediakan tempat duduk dan sculptule dan air mancur.



Sebuah sculptule dan air mancur didalam bangunan dibuat sama dengan yang ada diluar banguan agar suasana ruang luar dan dalam terintegrasi.



Ruang dalam arcade terdapat beberapa market dikanan kirinya menandakan area meeting place dan market place terjadi didalam bangunan.



Interior kamar juga menandakan bisa terjadinya meeting di dalamnya dengan di sediakannya tempat duduk/ruang tamu dengan mengarah keluar sebagai penyejuk suasana meeting diruang kamar dengan pemandangan ruang luar.

2) Kebutuhan Ruang Shopping Arcade

Tabel Jenis Kebutuhan Ruang dan Luas Ruang Lantai 1

Jenis Ruang	Luas/unit (m^2)	Jumlah Unit	Luas Total
1. Toko	16	76	1.216
2. Gudang	30	1	30
	60	2	120
3. R. Elektrikal	12	2	24
4. R. Genzet	20	1	20
5. R. Pompa air	20	2	40
6. Kafetaria	60	1	60
7. R. Pengelola	60	1	60
8. R. Security	50	1	50
9. Toilet	24	2	48
		Luas Total Lantai 1 =	1.668 m^2

Tabel Jenis Kebutuhan Ruang dan Luas Ruang Lantai 2

Jenis Ruang	Luas/unit (m^2)	Jumlah Unit	Luas Total
1. Supermarket	528	1	528
2. Dept. Store	480	1	480
3. R. Bermain	336	1	336
4. R. Karyawan	18	1	18
	20	2	40
	12	1	12
5. Gudang	30	1	30
	20	3	60
6. Dapur	60	1	60
7. R. Informasi	35	1	35
8. R. Billiard	192	1	192
9. Restauran	192	1	192
10. Mushola	192	1	192
11.R. Admininstrasi	9	1	9
12. Gudang	10,5	1	10,5
makanan	80	1	80
14. Bank	80	1	80
15. Agen travel	20	3	60
16. Toilet	24	2	48
	12	1	12
17. Tempat wudhu			
		Luas Total Lantai 2 =	2.474,5 m^2

Tabel Jenis Kebutuhan Ruang dan Luas Ruang Lantai 3

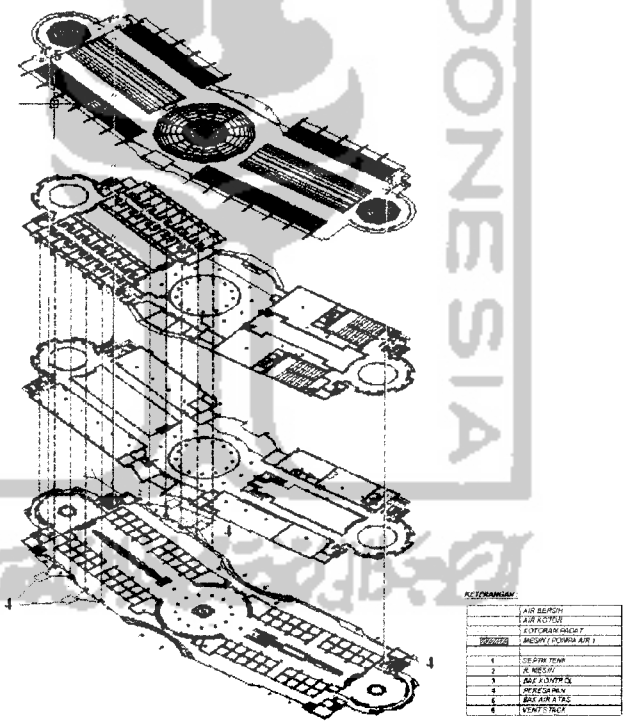
Jenis Ruang	Luas/unit (m^2)	Jumlah Unit	Luas Total
1. Kmr. Superior	24	30	720
2. Kmr. Deluxe	32	10	320
3. Bordes	8	40	320
4. Gudang	20	2	40
5. Gudang makanan	10	1	10
6. R. Karyawan	20	1	20
	24	1	24
	12	2	24
7. Toilet	12	1	12
	14	2	28
	20	1	20
	24	1	24
8. Reseption	20	1	20
9. Kios	40	1	40
	11	1	11
10. Dapur	24	2	48
11. R. Kontrol	32	1	32
	24	1	24
12. R. Elektrikal	11	1	11
13. Bioskop	224	2	448
15. R. Administrasi	9	2	18
16. Loket	3	4	12
	4	2	8
17. R. Tunggu	256	2	512
18. R. Security	9	1	9
19. Lobby Lounge	240	1	240
20.R.Pengelola hotel	72	1	72
21. R. Manager	48	1	48

22. R. Sekretaris	23	1	23
23. R. Rapat	56	1	56
		Luas Total Lantai 3 =	3.194 m²

3) Utilitas bangunan

a. Rencana sanitasi

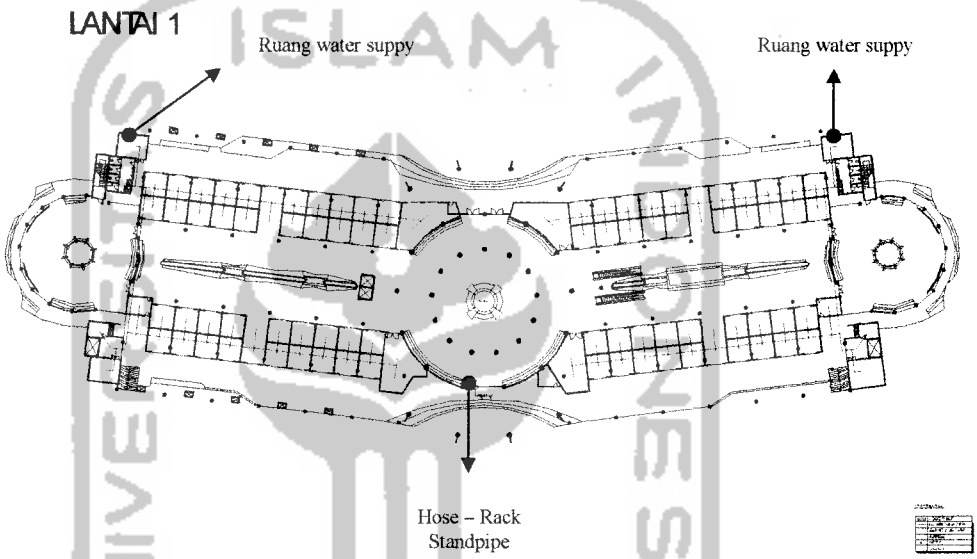
Sistem air bersih pada bangunan bersumber dari air pam dan di tampung dalam bak air dan di distribusikan kebangunan dengan sistem downfeed. Sistem air bersih dan air kotor pada bangunan secara vertikal di distribusikan di dalam shaft dan yang horisontal berada dibawah lantai dan tertutup plafond, dengan kemiringan 2%.



b. Rencana sprinkler

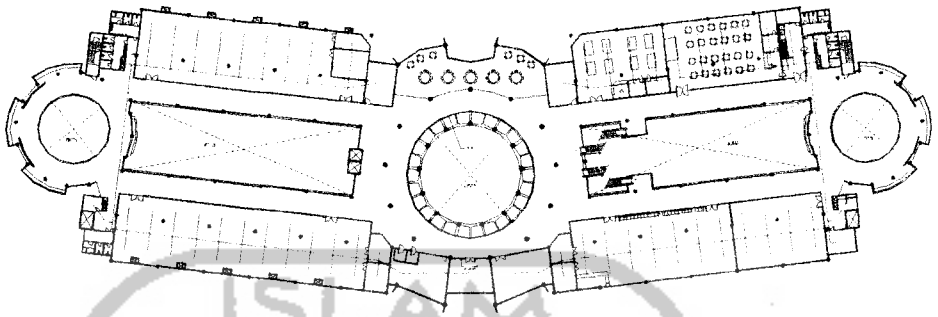
Fenomena yang sering terjadi pada area pasar sampit ini setiap tahunnya selalu habis kebakar api. Jadi untuk keselamatan

bangunan dari bahaya kebakaran, bangunan komersil ini dilengkapi dengan sistem sprinkler yang dipasang pada setiap ruangan yang rawan kebakaran. Untuk area terbuka dan luas pada bangunan menggunakan hydrant dengan standpipe yang diletakkan dalam HOSE – RACK yang dimana jangkauannya 25 – 30m.

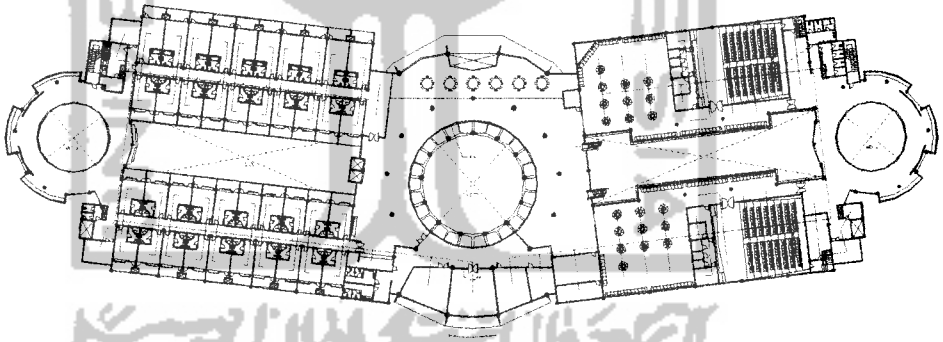


Letak ruang mesin pada tepi bangunan paling luar agar dapat mengurangi kebisingan yang ditimbulkan mesin. Dan hose – rack pada center bangunan untuk menjaga terjadinya kebakaran pada area center.

LANTAI 2



LANTAI 3



DAFTAR PUSTAKA

- Ching, Francis. D. K ; Arsitektur : Bentuk – Ruang dan Susunannya, Erlangga, Jakarta 1985.
- Neufert, Ernest ; Data Arsitek Jilid I, Erlangga, Jakarta 1990.
- Neufert, Ernest ; Data Arsitek Jilid II, Erlangga, Jakarta 1996.
- M. B. Ali , Kamus Bahasa Indonesia,1997.
- Bendington, 1982 : p.28.
- Victor Gruen, 1973, hal 23.
- Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) 1998.
- Jan Gehl & Lars Gemzoe, New City Spaces.
- Kafi Kurnia, Evolusi Desain Arsitektur Pusat Perbelanjaan, ASRI, No. 66 hal 28.
- Rubenstein, Harvey, M., 1978.
- Frics, Northen dan Haskoll, M., Shopping Centers, College of Estate Management, 1977.
- www.properti.com.
- www. Jan Gehl.com.