

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Objek Rancangan

2.1.1 Definisi Objek

Pusat perbelanjaan (*Shopping Centre*) merupakan tempat perdagangan eceran atau retail yang lokasinya di gabung dalam satu bangunan atau komplek. Menurut Jeffrey D. Fisher, Robert. Martin dan Paige Mosbangh definisi pusat perbelanjaan adalah sebuah bangunan yang terdiri dari beberapa toko eceran, yang umumnya dengan satu atau lebih toko serba ada, toko grosir dan tempat parkir. (1991 : 121).

Istilah pusat perbelanjaan memiliki pengertian lain, diantaranya:

- Bentuk usaha perdagangan individual yang dilakukan secara bersama melalui penyatuan modal dengan tujuan efektivitas komersial (Beddington, *Design For Shopping Centre*)
- Suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang/jasa yang bercirikan komersial, melibatkan perencanaan dan perancangan yang matang karena bertujuan untuk memperoleh keuntungan (profit) sebanyak-banyaknya (Grue, *Centers for Urban Environment: Survival of the Cities*)
- Kompleks perbelanjaan terencana, dengan pengelolaan yang bersifat terpusat, dengan sistem menyewakan unit-unit kepada pedagang individu, sedangkan pengawasannya dilakukan oleh pengelola yang

bertanggungjawab secara menyeluruh (Beddington, *Design For Shopping Centre*).

- Sekelompok kesatuan pusat perdagangan yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai, dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operation unit*), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total toko-toko (Urban Land Institute, *Shopping Centre Development Handbook*)
- Suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat. Selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi (Beddington, *Design For Shopping Centre*)

Dari berbagai pengertian diatas, terdapat beberapa kata kunci terkait dengan pusat perbelanjaan, yaitu:

- a. Adanya kegiatan jual beli atau pertukaran barang dan jasa
- b. Dapat berfungsi juga sebagai tempat berkumpul dan berekreasi

2.1.2 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

1. Berdasarkan Skala Pelayanan

Berdasarkan skala pelayanannya, pusat perbelanjaan dapat dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu:

Pusat perbelanjaan lokal (*neighborhoodcenter*), pusat perbelanjaan kelas ini mempunyai jangkauan pelayanan yang meliputi 5.000 sampai 40.000 penduduk (skala lingkungan), dengan luas bangunan berkisar antara 2.787-9.290 m². Unit penjualan terbesar pada pusat perdagangan golongan ini adalah supermarket.

Pusat perbelanjaan distrik (*community center*), pusat perbelanjaan kelas ini mempunyai jangkauan pelayanan 40.000 sampai 150.000 penduduk (skala wilayah), dengan luas bangunan berkisar antara 9.290-27.870 m². Unit-unit penjualannya terdiri atas *junior department store*, supermarket dan toko-toko.

Pusat perbelanjaan regional (*main center*), pusat perbelanjaan kelas ini mempunyai jangkauan pelayanan seluas daerah dengan 150.000 sampai 400.000 penduduk, dengan luas bangunan 27.870-92.990 m². Pusat perbelanjaan golongan ini terdiri dari 1-4 *departement store* dan 50-100 toko *retail*, yang tersusun *mengitari pedestrian*, dan dikelilingi oleh daerah parkir

2. Berdasarkan Fungsi dan Kegiatan

a. Pusat Perbelanjaan Murni

Pusat perbelanjaan yang berfungsi sebagai tempat berbelanja dan sebagai tempat pertemuan masyarakat (*community center*) untuk segala urusan, baik untuk bersantai, mencari hiburan. Misalnya Plaza Senayan, Blok M Plaza, Pondok Indah *Mall* dll.

b. Pusat Perbelanjaan *Multi Fungsi*

Fungsi sebagai pusat perbelanjaan di campur dengan fungsi lain yang berbeda namun saling menunjang dan meningkatkan nilai komersialnya.

3. Berdasarkan Sistem Transaksi

Berdasarkan sistem transaksinya, sebuah pusat perbelanjaan dapat dibedakan sebagai berikut:

- Toko Grosir

Adalah toko yang menjual barang dalam partai besar. Barang-barang tersebut biasanya disimpan di gudang atau di tempat lain, sedangkan yang ada di toko grosir hanya contohnya. Oleh karena penjualan dilakukan dalam partai besar, biasanya etalase pada toko grosir hanya memerlukan tempat yang relatif kecil, sedangkan bagian terbesarnya adalah gudang atau tempat penyimpanan persediaan. Aktivitas lain yang juga tidak kalah penting pada toko seperti ini adalah pengepakan. Oleh karena penjualannya dilakukan dalam jumlah besar sekaligus, maka pengepakan memerlukan ruang tersendiri yang juga relatif besar, yaitu ruang *dropping* barang. Area ini sebaiknya berdimensi cukup besar yang memungkinkan kendaraan pengangkut barang berhenti pada proses pembongkaran atau pemuatan barang belanjaan.

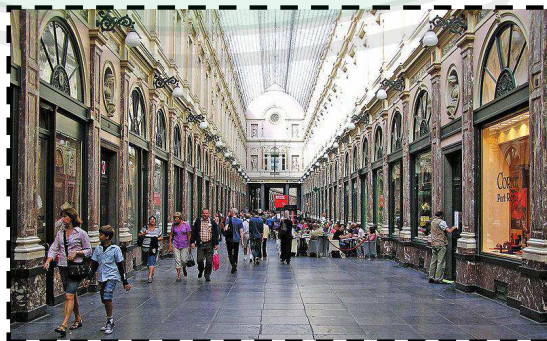
- Toko Eceran

Menjual barang dalam partai kecil atau per satuan barang. Toko eceran lebih banyak menarik pembeli karena tingkat variasi barangnya yang tinggi. Pada toko semacam ini, area *display* barang dagangan

memerlukan ruang dengan dimensi yang relatif besar untuk mawadahi variasi barang dagangan yang tinggi. Sebaliknya, gudang mungkin hanya memerlukan area dengan dimensi yang lebih kecil. Area *dropping* barang merupakan area vital pada toko jenis ini.

4. Berdasarkan Lokasi

- Pasar {*market*}, Merupakan kelompok fasilitas perbelanjaan sederhana (los, toko, kios, dan sebagainya) yang berada disuatu area tertentu pada suatu wilayah. Fasilitas perbelanjaan ini dapat bersifat terbuka ataupun berada di dalam bangunan, biasanya berada dekat kawasan pemukiman, merupakan fasilitas perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan (biasanya sehari-hari) masyarakat di sekitarnya.
- *Shopping Street* Merupakan pengelompokan sarana perbelanjaan yang terdiri dari deretan toko atau kios terbuka pada suatu penggal jalan. Area perbelanjaan ini merupakan jenis pasar yang berlokasi di sepanjang tepi suatu penggal jalan. Jenis perbelanjaan semacam ini biasanya berkembang di kawasan-kawasan wisata, atau kawasan pertokoan yang menarik dkunjungi wisatawan.



Gambar2.1 Galery royal

Sumber: <http://commons.wikipedia.org/wiki>

- *Shopping Precint* Merupakan kompleks pertokoan terbuka yang menghadap pada suatu ruang terbuka yang bebas. Perbelanjaan ini biasanya tumbuh di dekat obyek atau kawasan wisata. Contohnya yaitu Nakamise-dori, Senso-ji's temple precinct's shopping street, Asakusa, Tokyo, Jepang.



Gambar2.2 Shopping Percint in St john,Liverpool
Sumber: <http://commons.wikipedia.org/wiki>

- *Shopping Center* Merupakan pengelompokan fasilitas perbelanjaan (toko dan kios) yang berada di bawah satu atap. Pada *shopping center*, barang yang diperdagangkan didominasi oleh kebutuhan sekunder dan tersier, sedangkan pada jenis pasar, barang yang diperdagangkan terutama didominasi oleh kebutuhan primer manusia. *Shopping center* secara khusus mempunyai pola visual dan sirkulasi yang diperuntukkan bagi pengunjung untuk berjalan mengelilinya, bahkan tidak hanya mencakup kompleks yang berukuran besar berskala monumental, tetapi juga berskala manusia.

- *Department Store* Merupakan wadah perdagangan eceran besar dari berbagai jenis barang yang berada di bawah satu atap. Pada perbelanjaan ini transaksi masih menggunakan tenaga pelayan untuk membantu konsumen memilih dan mencari benda yang dikehendaki. Penataan barang-barangnya memiliki tata letak khusus yang memudahkan sirkulasi dan mencapai kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10.000 sampai 20.000 m².

- *Supermarket* Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan cara pelayanan mandiri (*self service*). Pemilihan dan pencarian produk dilakukan secara mandiri oleh konsumen. Pelayan hanya digunakan untuk membantu proses pembayaran. Jumlah bahan makanan yang dijual pada toko jenis ini kurang dari 15% dari seluruh barang yang diperdagangkan. Luas lantainya berkisar antara 1.000 sampai dengan 2.500 m². Setiap supermarket mempunyai sekuen kejadian, diawali dengan masuknya konsumen sehingga proses pembelian, pembayaran dan perginya konsumen. Sekuen kejadian ini perlu dikaji melalui sebuah program yang termasuk di dalamnya adalah perilaku pembeli dan penjual seperti disampaikan dalam Lang (1987:114).

- *Superstore* Merupakan pusat perdagangan dengan luas area penjualan lebih dari 2.500 m². Pada umumnya luas *superstore* berkisar antara 5.000 m² sampai dengan 7.000 m². *Superstore* ini menempati satu lantai bangunan dan terletak di pusat kota. Sistem pelayanan yang digunakan adalah sistem *self timer*. Oleh Karena sistem pelayanannya

mandiri, perlu penataan dan pengelompokan barang yang jelas sehingga memudahkan pembeli menemukan barang yang diinginkan.

- *Hypermarket* Merupakan bentuk perluasan dari *superstore*, dengan luas lantai minimum 5.000 m². *Hypermarket* merupakan simbol perdagangan disuatu kota-kota, karena tempat tersebut mencerminkan adanya kecendrungan penduduk yang mengikuti *trend* perdagangan dengan munculnya produk-produk yang ditawarkan. Sistem penjualannya pun dibedakan antara pembeli eceran dan pembeli sistem grosir. Pada *hypermarket* yang bergabung dengan plaza atau *shopping park*, kecenderungannya adalah ruangan untuk *hypermarket* diletakkan di area paling belakang karena membutuhkan lahan bangunan yang paling luas sehingga tidak menutupi area retail atau *counter* lain yang luasannya lebih kecil.

- *Shopping mall* Merupakan sebuah plaza umum, jalan-jalan umum, atau sekumpulan sistem dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki. Jadi *mall* dapat disebut sebagai jalan pada area pusat usaha yang terpisah dari lalu lintas umum, tetapi memiliki akses mudah terhadapnya, sebagai tempat berjalan-jalan, duduk-duduk, bersantai, dan dilengkapi dengan unsur-unsur dekoratif untuk melengkapi kenyamanan.

- Dari beberapa criteria yang telah di sebutkan di atas, rancangan shopping center ini termasuk ke dalam kelompok Pusat perbelanjaan regional (*main center*). yang mana merupakan Pusat perbelanjaan yang terdiri dari 1-4 *departement store* dan 50-100 toko *retail*, yang tersusun

mengitari pedestrian, dan dikelilingi oleh daerah parkir. Dan juga termasuk sebagai pusat perbelanjaan multi fungsi yakni pusat perbelanjaan yang di campur dengan fungsi lain yang berbeda namun saling menunjang dan meningkatkan nilai komersialnya.

2.1.3 Pengertian Shopping Mall

Mall merupakan sebuah plaza umum jalan-jalan umum atau sekumpulan system dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki. Jadi, mall dapat disebut sebagai jalan pada area pusat usaha yang terpisah dari lalulintas umum, tetapi memiliki akses terhadapnya, sebagai tempat berjalan-jalan, duduk-duduk, bersantai dan dilengkapi dengan unsur-unsur dekoratif untuk melengkapi kenyamanan dalam menikmati suasana. Menurut Rubenstein(1978),mall merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen: *Anchor* (Magnet) merupakan transformasi dari *nodes* dapat pula berfungsi sebagai landmark. Perwujudannya berupa plaza dalam *shopping mall* *Secondary Anchor* (Magnet Anchor) merupakan transformasi dari distrik perwujudannya berupa retail store, supermarket, superstore dan bioskop.

- *Street mall* merupakan transformasi paths perwujudannya berupa pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet
- *Landscaping* (Pertamanan) merupakan transformasi dari *edges* sebagai pembatas pusat pertokoan ditempat-tempat luar

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa pengertian shopping mall yaitu:

- *Shopping mall* diartikan sebagai suatu area pergerakan(linier) pada suatu pusat bisnis kot&(central city business area) yang lebih diorientasiakan bagi pejalan kaki;berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional (Rubenstein, 1978).



Gambar2.3 West Edmonton Mall
Sumber: <http://commons.wikipedia.org/wiki>

- *Shopping mall* adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa department store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah shopping mall, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antarpengunjung dan pedagang (Maitland,1987).

- *Shopping mall* sebagai kelompok kesatuan komersial yang dibangun pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, diatur, dimulai, dan diatur menjadi sebuah unit operasi, berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total toko-toko (Urban Land Institute, 1977).



Gambar2.4 Grand Mall Istanbul

Sumber: <http://www.besttourism.com/items/di/>

Mall mempunyai kecenderungan berkonfigurasi secara horizontal. Konsep tatanan arsitektur proporsi, skala, simetri, *balance* dan dimensi diterapkan pada fisik bangunan karena selain mempunyai pengaruh fisik, juga berdampak secara psikologis yang akan menentukan berhasil tidaknya *decision of design*. Merujuk pada teori “visual stop” yaitu “if the shopper is not trapped she will pass through” (jika pembeli tidak terjerat maka dia lewat begitu saja); aliran pengunjung harus diarahkan sehingga mereka tidak hanya lewat begitu saja, tetapi terdorong untuk melihat kedalam outlet yang mereka lewati.

Hal ini sangat dipengaruhi oleh hal-hal seperti tersebut diatas(Maitland,1987).

2.1.4 Bentuk-bentuk mall

1. Bentuk Mall berdasarkan penutup bangunan

Menurut Maithland(1987) terdapat 3 bentuk umum mall dengan keuntungan dan kerugian tersendiri terdiri dari:

- *Open mall* (mal terbuka) adalah mal tanpa pelingkup.Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah.Kerugiannya berupa kendala *Cimate control* (berpengaruh terhadap kenyamanan dan kesan pewadahan kurang.
- *Enclosed Mall* (mall tertutup) adalah mall dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan *climatic control*. Kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas
- *Intregated mall* (mall terpadu) adalah penggabungan mall terbuka dan tertutup. Biasanya mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap keborosan energi untuk climatic control serta mahalnya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Mall ini juga bertujuan mengonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

Dari beberapa penjelasan yang ada, nantinya shopping center ini akan menggunakan bentukan mall yakni integrated mall. Ini dengan alasan sebagaimana penjelasan dari mall terpadu sendiri yakni merupakan antisipasi terhadap keborosan energy selain itu juga mahalnya pembuatan

dan perawatan mall tertutup. Selain itu konsentrasi pada bentukan high tech juga sangat dipadukan.

2. Tipe mall

1. *Full Mall*

Terbentuk oleh sebuah jalan yang sebelumnya digunakan untuk lalu lintas kendaraan kemudian diperbaharui menjadi jalur pejalan kaki atau plaza (alun - alun) yang dilengkapi dengan *potion*, patung, air mancur, *paving* untuk pejalan kaki. Sebuah *full mall* dibangun diarea dengan jumlah penduduk dan dasar ekonomi bermacam - macam, biasanya dengan jumlah penduduk antara 9.725 - 360.000 jiwa. Seperti di negara Lebanon, *New Hampshire* dan *Louisville*.

2. *Transit Mall*

Transit mall atau dikembangkannya lalu lintas mobil pribadi dan trek ke jalan lain dan hanya mengijinkan angkutan umum seperti bus dan taksi . Area parkir direncanakan tersendiri dan menghindari sistem parkir pada jalan { *on street parking* } jalur pejalan kaki diperlebar dan dilengkapi dengan *street furniture*.



Gambar2.5 Down town Transit Mall, Santa Monica, CA
Sumber: alesofales.wordpress.com)

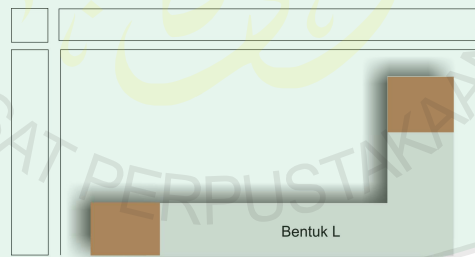
3. Semi Mall

Semi mall lebih menekankan pada pejalan kaki, oleh karena itu areanya diperluas dan dilengkapi dengan pohon-pohon dan taman, bangku-bangku, pencahayaan dan fasilitas buatan lainnya, sedangkan jalur kendaraan dikurangi.

Dari beberapa type mall yang ada, shopping center ini nantinya akan menerapkan type full mall. Karena selain didukung oleh lingkungan yang memadai, yakni dekat dengan daerah pendidikan dan juga kawasan penduduk yang memiliki beraneka macam dasar perekonomian. Selain itu, ditambah lagi dengan tempat-tempat hiburan yang nantinya akan memperkuat daya tarik bagi shopping center ini.

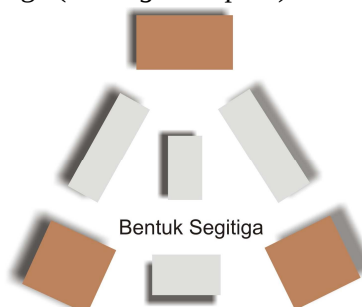
3. Bentuk Mall menurut komposisi ukuran dan bentuk.

a. Bentuk L (*L Shape*)



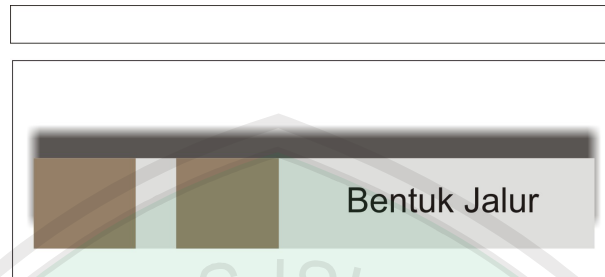
Gambar2.6 Bentuk L
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

b. Bentuk Segitiga (*Triangle shaped*)



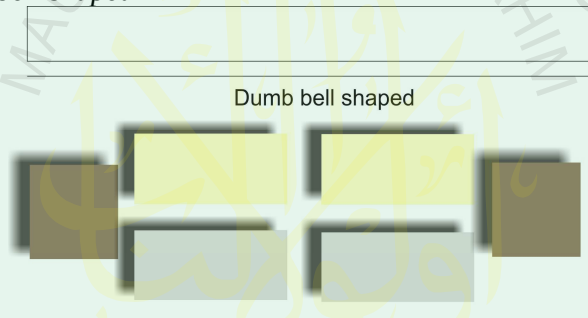
Gambar2.7 Bentuk Segitiga
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

c. Bentuk jalur (*strip shaped*)



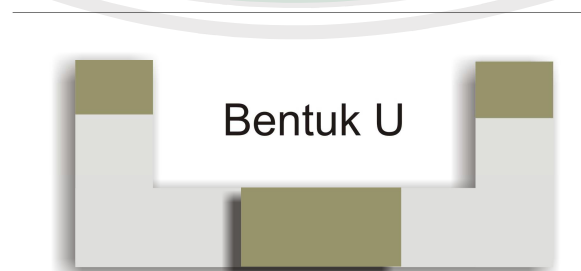
Gambar2.8 Bentuk Jalur
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

Dumb bell shaped



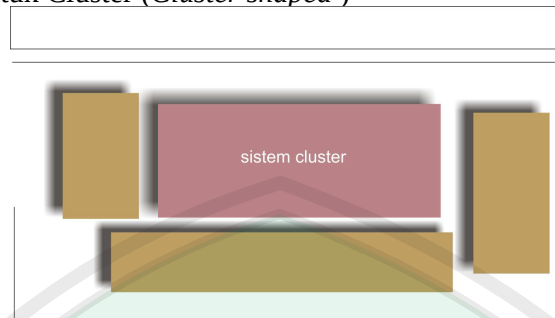
Gambar2.9 Bentuk Dumb Bell
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

d. Bentuk U (*U shaped*)



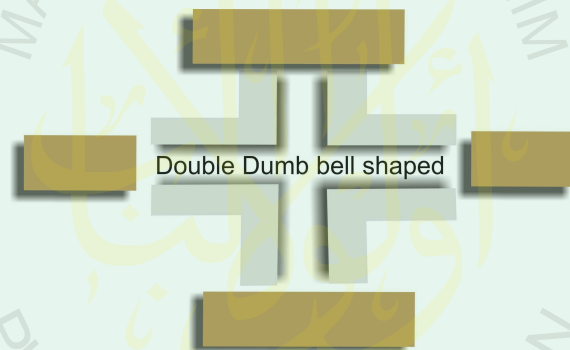
Gambar2.10 Bentuk U
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

e. Bentuk Cluster (*Cluster shaped*)



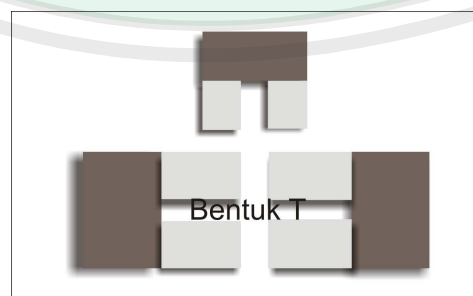
Gambar2.11 Bentuk Cluster
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

f. *Double dumbbell shaped*



Gambar2.12 Bentuk Double Dumbell
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

h. Bentuk T (*T shaped*)



Gambar2.13 Bentuk T
Sumber: Shihombing ,Rizal:2009,25

Pada dasarnya pola mall berprinsip linier. Tataan mall yang banyak dijumpai adalah mall berkoridor tunggal dengan lebar koridor standar antara 8-16m untuk memudahkan akses pengunjung pintu masuk sebaiknya dapat dicapai dari segala arah. Mall sebaiknya ditata sedemikian rupa agar terdapat magnet pada tiap akhir mall. Jarak antarmagnet antara 100 sampai 200m atau sepanjang masih memungkinkan kenyamanan pejalan kaki.

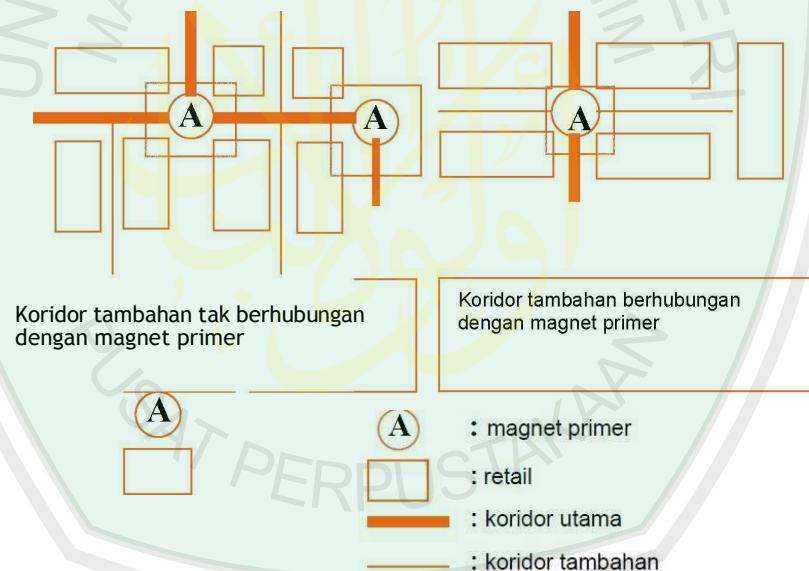
Pada umumnya parkir kendaraan ditempatkan disekeliling bangunan dengan akses mudah ke mall yang menghubungkan dengan magnet. Variasi hanya diberikan untuk menghindari monotonitas view tanpa mengurangi kesederhanaan dan kejelasan. Mall ini menghubungkan magnet yang terletak pada ujung-ujungnya dengan menekankan hubungan horizontal. Penggunaan pola grid pada mall akan mempermudah pengaturan modul untuk retail-retail, sirkulasi, penempatan atrium, parkir dan sebagainya.

Besaran kolom pada mall rata-rata memiliki besar yang sama dari lantai 1 sampai lantai teratas. Berdasarkan keadaan di Amerika Serikat, pada umumnya pola yang paling berhasil adalah yang berbentuk I, L dan T. Hal ini sesuai dengan karakteristik pengunjung yang biasanya menginginkan kemudahan dalam menemukan toko/tempat yang dituju. Bentuk mall yang parallel (double Corridor) atau pola kompleks lainnya umumnya kurang berhasil dalam arti relatif sedikit dikunjungi orang.

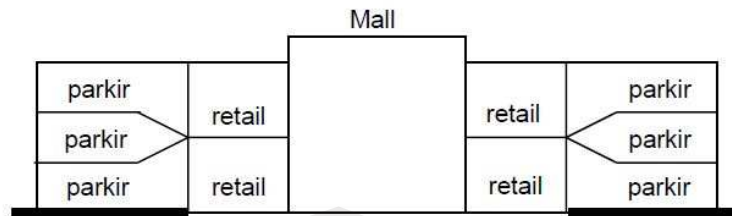
2.1.4 Prinsip-Prinsip Perencanaan *Shopping Mall*

Prinsip tata ruang yang digunakan oleh *Shopping Center* ini mengikuti prinsip dasar ruang *shopping mall* yang terdapat dalam *Time Saver Standard for Building Types*, yang meliputi:

1. Jalur pedestrian utama (*pedestrian way*) atau koridor utama dengan satu atau lebih tambahan jalur pejalan kaki yang berhubungan dengan koridor utama dan lokasi parkir serta jalan yang berdekatan.
2. Semua penyewa toko menghadap dan memiliki pintu masuk menghadap ke koridor utama maupun koridor tambahan.



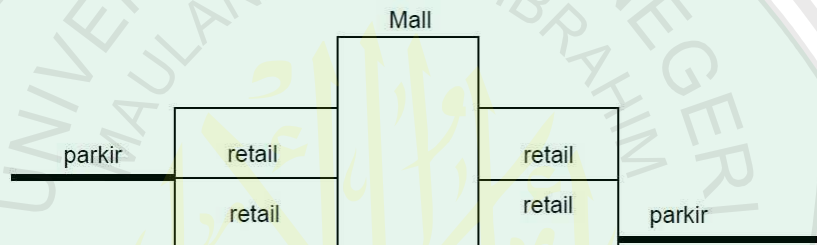
3. Dengan semakin sempit dan tingginya harga lahan, maka parkir pada suatu *shopping mall* dapat dibuat dengan parkir bertingkat (*double decked*) atau *basement*, di samping parkir secara konvensional.
4. Mall dapat berupa satu lantai, dua lantai atau lebih. Setiap lantai Mall harus menghindari kemiringan yang curam untuk menjaga agar tidak terjadi kecelakaan pada pengunjung.



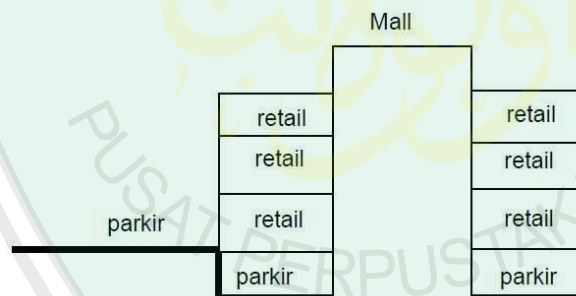
Sistem parkir multi decked pada shopping mall



Mall dan retail dalam satu lantai dengan parkir rata samping



Mall dan retail dalam dua lantai dengan parkir rata tiap lantai



Mall dan retail menjadi tiga lantai dengan parker *basement*

Gambar Tipe retail dalam bangunan komersial
Sumber: *Time Saver Standard for Building Types* (1973)

- Penataan letak retail di sepanjang *mall*

Dengan penataan sirkulasi yang hanya memiliki satu koridor, diharapkan semua retail dapat dilewati pengunjung sehingga semua retail mempunyai nilai komersial yang sama. Penataan retail tenant

dan anchor tenant yang baik dapat saling mendukung terjadinya aliran pengunjung yang merata di sepanjang *mall*. Komposisi yang paling baik adalah 50% *retail tenant* dan 50 % *anchortenant*.

- **Pencahayaan**

Untuk menunjang konsep ruang yang menerus (*continuous space*) pada *mall*, bagian atapnya diselesaikan dengan *skylight*, yang berfungsi memasukkan cahaya matahari kedalam bangunan mal pada siang hari. Selain berfungsi sebagai pengarah pada mall, cahaya ini juga membantu pengunjung untuk mefokuskan orientasi kedalam bangunan. Selain itu penggunaan lampu di areal mal pada siang hari dapat dikurangi. Pencahayaan buatan dapat digunakan sebagai penerangan umum, daya tarik bagi pengunjung, memamerkan barang, membentuk suasana dan iklim. Atap diruang lift juga dapat dibuat transparan dengan bahan yang sama dengan *skylight*, yaitu *fiberglass* yang berbentuk limas atau kerucut

- **Elemen-elemen arsitektural pada *mall***

Elemen-elemen yang dapat ditempatkan disepanjang mall di antaranya adalah bangku, arena bermain, kios, kotak telepon, tempat sampah, penunjuk arah, jam dan sebagainya. Arena duduk merupakan sarana penting yang dibutuhkan pengunjung shopping mall karena arena duduk dapat menjadi area komunikasi dan interaksi sosial. Bangku yang disediakan sebaiknya bangku yang berbentuk sederhana agar pengunjung tidak berhenti terlalu lama

- Prinsip-prinsip *Shopping mall*

Pada perancangan shopping mall terdapat peran dan pola hubungan antara unit retail dan mall. Mall pada shopping mall berperan sebagai penghubung dan pengontrol, pengorganisir unit retail serta pengidentifikasi area (memberi kejelasan orientasi). Adapun unit retail berperan sebagai ruang internal pembentuk perimeter mall, berfungsi sebagai wadah kegiatan belanja, pengendali arus pengunjung dan unit sewa. Peran tersebut menunjukkan bahwa mall dan unit retail masing-masing merupakan elemen beridentitas dan berhubungan yang membentuk sistem pemusatan wadah perbelanjaan. Jadi mall merupakan *vocal point*. Prinsip yang perlu ditekankan pada pola hubungan tersebut adalah design control zone, tenant mix dan design criteria. Masing-masing prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Design control zone*

Untuk mencapai rancangan mall yang efektif, perlu digagas rancangan zona yang terkontrol (*control zone*). Yang dimaksud dengan control zone adalah bentuk zona yang terkontrol dari ruang internal, yakni ruang-ruang sewa, dalam arti zona tersebut dapat diperhatikan dan membawa dampak positif timbul balik dengan ruang-ruang sewa disekitarnya. *Control zone* bertujuan untuk mencapai kontinuitas arus pengunjung melalui efek pingpong sehingga semua ruang bernilai strategis sama, tidak terdapat ruang yang mati, sehingga efektivitas komersial dapat tercapai.

Control zone ini dapat dicapai melalui pola mal (pola yang memungkinkan adanya zona yang dapat dikontrol oleh ruang-ruang sewa/retail di sekitarnya). *Magnet/Anchor* (peletakkannya dalam mall perlu dipertimbangkan sebagai magnet bagi seluruh retail yang terdapat dalam mal tersebut), pembatasan panjang dan lebar mal (panjang dan lebar mal masih memungkinkan bagi pengunjung mal dan tenant setiap retail untuk memperhatikan secara visual kondisi zona dan retail yang lain) serta pembatasan tinggi bangunan. Pembatasan panjang dan lebar diterapkan pada perancangan shopping mall dengan pertimbangan kenyamanan pejalan kaki dan komunikasi antar tenant. Pembatasan tinggi bangunan dilakukan agar orientasi horizontal tercapai

b. Tenant Mix

Tenant mix adalah strategi pencampuran penyewa ruang (pedagang) utamanya para pedagang barang-barang IT. Strategi ini sesuai dengan tuntutan kemudahan konsumen dalam bentuk one stop shopping yaitu kemudahan mendapatkan semua jenis kebutuhan dalam satu tempat/mal. Dengan beragamnya jenis barang dagangan IT yang ditawarkan dalam satu mal, magnet dan unit retail pada *shopping mall* perlu dikelompokkan berdasarkan materi dagangan sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan persaingan yang mematikan

c. Design Criteria

Pada penawaran ruang sewa shopping mall, perancangan dari masing-masing unit sewa telah ditentukan sebelumnya kepada tenant,

menyangkut perwujudan fisik seperti ketentuan mengenai bahwa warna, desain interior dan lain-lain yang mengutamakan kesatuan bukan keseragaman. Berdasarkan prinsip perancangan dan karakter dasarnya maka strategi perancangan shopping mall adalah system pusat belanja dengan elemen utama mal berupa koridor tunggal bagi pejalan kaki yang menghubungkan /mengorganisasikan unit sewa pada tiap sisi dan karakter tertentu. Pada rancangan ini fungsi utama *shopping mall* adalah mendayagunakan potensi sirkulasi pejalan kaki secara maksimal selain untuk mencapai efektivitas dalam menikmati dan berbelanja kebutuhan IT yang kemudian bisa menciptakan nilai atraktif dan kenyamanan pada *mall*.

2.2 Tinjauan Tema Rancangan

2.2.1 Definisi Tema

Tema yang digunakan yaitu *High-tech Architecture* yang mempunyai dua kata berbeda yang menjadi satu kesatuan. Dalam definisi tema akan dibahas dua pengertian yang berbeda yaitu *High-Tech* dan *Architecture*.

a. Pengertian *High-Tech*

High-Tech merupakan dua kata yang berbeda, yaitu “*High*” dan “*Technology*”. Dalam bahasa inggris, *High-Tech* suatu paduan kata yang memiliki satu arti. “*High*” sendiri memiliki arti umum ketinggian atau bisa juga diartikan tinggi, sedangkan “*Technology*” memiliki arti teknologi (Ilmu tentang teknologi). Jika digabungkan, *High-Tech*

mempunyai arti teknologi tinggi atau ilmu teknologi yang memiliki kecanggihan maksimal (Kasir, 2007: 149, 224).

b. Pengertian *High-tech Architecture*

High-tech Architecture merupakan gabungan dari dua arti yang berbeda, yaitu “*High-Tech*” dalam bahasa Inggris mempunyai arti teknologi tinggi atau ilmu teknologi yang memiliki kecanggihan maksimal (Kasir, 2007: 149, 224). Sedangkan “*Architecture*” dalam bahasa Inggris mempunyai arti bentuk bangunan (Kamus Bahasa Inggris, 1993:24). Dari penggabungan dua arti tersebut, *High-tech Architecture* adalah memanfaatkan kecanggihan teknologi di masa sekarang yang digunakan dalam pengolahan bangunan maupun lingkungan yang bermanfaat bagi masyarakat.

2.2.2 Karakteristik Tema Perancangan

Dalam tema perancangan *High-tech Architecture*, kemajuan teknologi berperan penting dalam sebuah perancangan yang menggunakan tema *High-tech Architecture*. Karena seiring perkembangan teknologi baik itu perkembangan teknologi material maupun perkembangan teknologi dalam sistem bangunan saat ini. Jenis-jenis struktur yang sering dipakai dalam sistem *High-Tech* yaitu beton, baja, membran, kabel dan baja.

Dalam konstruksi beton dan baja, kebanyakan bangunan menerapkan bangunan yang menghambat api atau stabil terhadap api.

Sehingga bagian bangunan baja telanjang dalam bentuk perwujudan menyamai beton baja murni (Neufert, 1996: 40, jilid 1).

Kecanggihannya teknologi atau disebut juga dengan arsitektur *High-tech*, merupakan suatu kejujuran yang menyatakan dengan jelas fungsi elemen yang terdapat dalam bangunan. Misalnya eskalator, lift, dan lainnya. Dalam perkembangan yang lebih lanjut, arsitektur *High-tech* bukan hanya tampilan fisik yang tercermin dari jenis struktur bangunan tetapi juga pada sistem utilitas bangunan dan lingkungan.

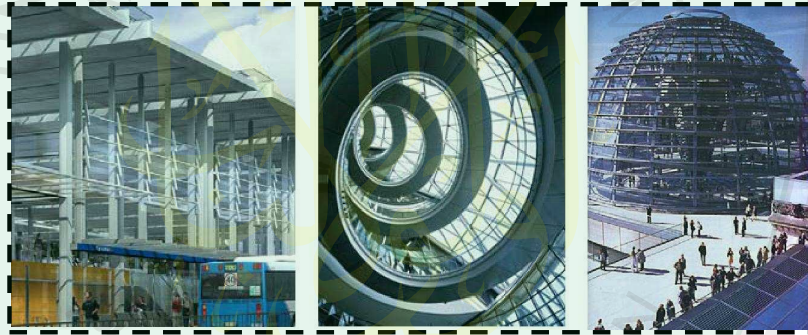
Norman Foster merupakan pelopor *High-tech architecture* yang menampilkan bangunan-bangunan yang mempunyai ciri khas tersendiri, ciri khas tersebut yaitu:

- a. Selalu mengekspos struktur dan konstruksi bangunannya.
- b. Menampilkan bagian dalam bangunan yang mempunyai nilai sama.
- c. Pada bagian luar bangunan, bagian interior diekspos sehingga dapat terlihat dari luar.
- d. Mengeluarkan bagian dalam bangunan yang memang seharusnya berada di dalam sebagai ornament atau *sculpture*.

Namun dari beberapa konsep perancangan Norman Foster, lebih banyak muncul dan merupakan ciri khas bangunan yang memanfaatkan unsur-unsur alam, seperti sinar matahari, angin yang berfungsi sebagai energi bagi kenyamanan bangunan itu sendiri (Teguh, 2009). Beberapa karakteristik yang merupakan perpaduan antara pemikiran arsitek Norman Foster dan teori Jencks tentang *High-tech architecture* yaitu:

1. *Celebration of Process* (keberhasilan suatu perencanaan)

Hi-tech lebih menekankan pada pemahaman konstruksinya, bagaimana, mengapa dan apa dari suatu bangunan. Di antaranya hubungan dari struktur, paku, flanges dan pipa-pipa saluran sehingga dapat dimengerti baik oleh orang awam ataupun seorang ilmuwan. Untuk mencapai hal tersebut, dapat dilakukan dengan mengekspos struktur dari bangunan, baik pada eksterior maupun interiornya, sehingga pengunjung yang datang dapat mengerti bagaimana dan dari bahan apa konstruksi bangunan tersebut dibuat. Pengeksposan sistem struktur utama yang menggunakan *advance structure* (kemajuan struktur).



Gambar. Penonjolan struktur dan utilitas bangunan

Sumber : www.fosterandpartners.com-Mei 2007

www.greatbuilding.com-Mei 2007

2. *Inside-out* (penampakan bagian dalam)

Struktur-struktur bangunan yang diekspos serta peletakan area servis, seperti lift maupun eskalator yang dapat dilihat dari luar bangunan dapat dijadikan

sebagai ornamen atau *sculpture*. Misalnya, posisi lift yang diletakkan pada fasade bangunan dengan badan lift yang terbuat dari kaca transparan agar pengunjung yang sedang menggunakan lift dapat dilihat dari luar bangunan maupun sebaliknya. Struktur bangunan yang diekspos dapat dibuat dengan variasi bentuk yang tidak konvensional atau unik, juga dapat dijadikan sebagai *sculpture* bangunan.

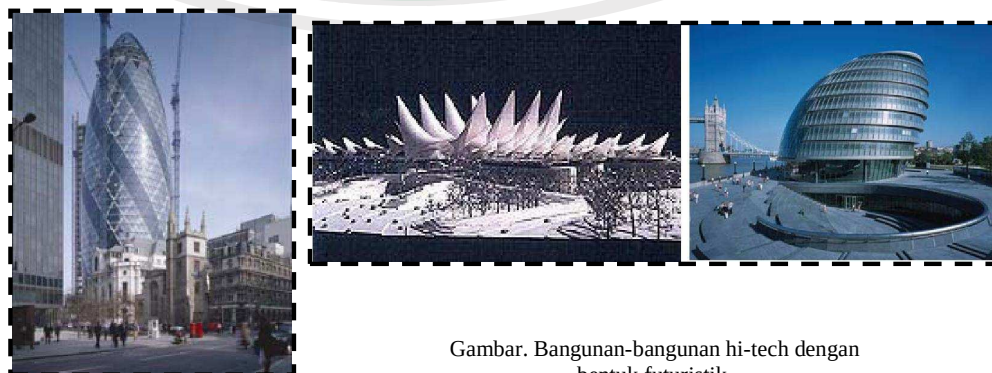


Gambar. Penonjolan struktur bangunan sebagai ornamen atau *sculpture*.

Sumber : www.greatbuilding.com-Mei 2007

C. *Optimistic Confidence in Scientific* (optimis terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi)

Bangunan *hi-tech* adalah janji masa depan dari dunia yang menanti untuk ditemukan. Hasilnya lebih mendalam pada satu metode kerja, perlakuan pada material, warna-warna dan pendapatan.

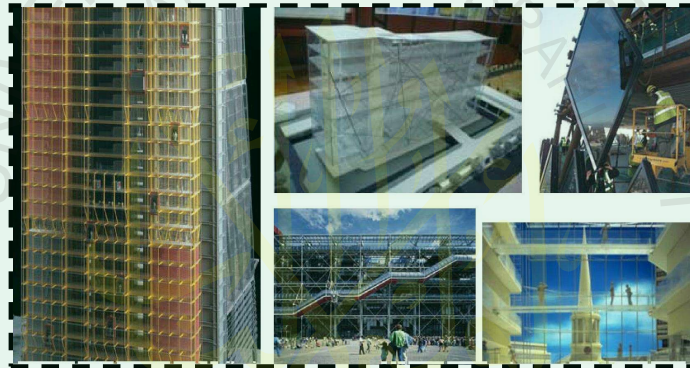


Gambar. Bangunan-bangunan *hi-tech* dengan bentuk futuristik.

Sumber : www.fosterandpartners.com-Mei 2007

d. *Transparency, layering, and Movement* (Transparan, Pelapisan, dan Pergerakan)

Bangunan *hi-tech* selalu menampilkan ketiga unsur ini semaksimal mungkin. Karakter dari bangunan *hi-tech* dapat dilihat pada penggunaan yang lebih luas material kaca (transparan dan tembus cahaya), pelapisan pipa-pipa jaringan utilitas (*layering*), dan alat transportasi bangunan, seperti tangga, eskalator atau lift (*movement*) .



Gambar. Elemen kaca transparan serta penekanan pada elemen utilitas sebagai suatu yang bergerak sebagai karakteristik bangunan *hi-tech*.

Sumber : www.greatbuilding.com-Mei 2007

e. *Bright Flat Colouring* (pewarnaan yang menyala dan merata)

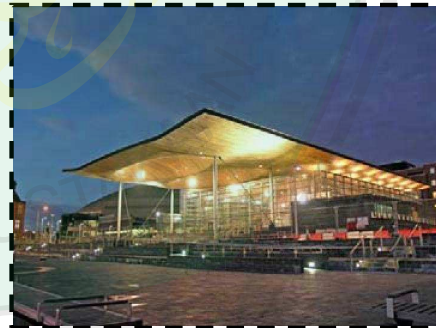
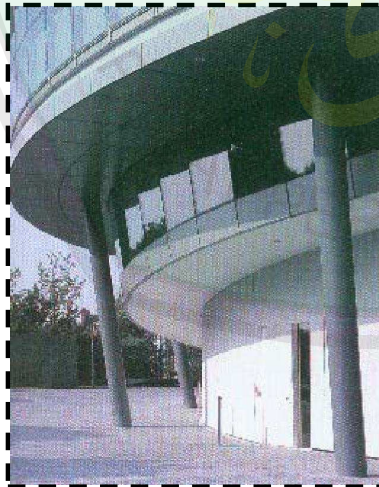
Pada bangunan *hi-tech*, warna-warna yang digunakan adalah warna-warna cerah, begitu juga yang dilakukan para teknisi untuk membedakan jenis struktur dan utilitas, yang akan mempermudah mereka untuk memahami kegunaannya secara efektif.



Gambar. Penggunaan warna-warna
cerah pada bangunan
Sumber : www.fosterandpartners.com-Me 2007

f. *A Lightweight Fillgree of Tensile Members* (baja-baja tipis sebagai penguat)

Baja-baja tipis penopang merupakan kolom doric dari *hi-tech building*. Sekelompok kabel-kabel baja penopang dapat membuat mereka lebih ekspresif dalam pemikiran mengenai penyaluran gaya-gaya pada struktur.



Gambar. Kolom-kolom penopang pada
bangunan *hi-tech*

Sumber : www.fosterandpartners.com-Me 2007

Beberapa karakter tersebut merupakan yang terkait dengan kecanggihan atau bangunan yang berteknologi. Karakter-karakter di atas akan digunakan sebagai acuan proses perancangan yang sesuai dengan tema *High-tech Architecture*.

Dari beberapa kriteria mengenai tema *High-tech Architecture* nantinya prinsip-prinsip tersebut akan diterapkan ke dalam rancangan Shopping Center di kota Malang.

2.3 Integrasi Tema “*High-Tech Architecture*”

Perancangan obyek *Shopping center* ini tidak hanya sebagai tempat jual beli dan hiburan saja, akan tetapi memiliki nilai yang lebih penting, mulai dari fungsi, keindahan, kekuatan/kekokohan bangunan hingga jangka panjang dan sampai dengan nilai-nilai keIslaman, dijelaskan dalam Al-Quran surat Ar-rahman yaitu sebagai berikut,

يَمَعَشَرِ الْجِنَّ وَالْإِنْسِ إِنَّ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا

تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ ﴿٥٥﴾

Artinya:

”Hai jama'ah jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, Maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya kecuali dengan kekuatan” (QS. Ar rahman [55]:33).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan persaingan global, menuntut supaya suatu bangunan agar bisa digunakan sampai dengan waktu yang panjang/akan datang tidak hanya mempertimbangkan masa kini saja. Oleh karena itu perancangan obyek perlu diperhatikan terutama terkait dengan struktur dan konstruksi bangunannya karena struktur merupakan syarat utama berdirinya sebuah bangunan. Apalagi dengan bentukan-bentukan yang dieksplor hingga sedemikian rupa supaya bangunan bisa dilaksanakan dan berdiri dengan penampilan yang indah. Dengan begitu bangunan harus memiliki kekuatan/kekokohan pada struktur dengan perhitungan-perhitungan yang benar sehingga bangunan dapat berdiri dengan kokoh dan tidak roboh serta dapat bertahan dengan waktu yang panjang.

خَلَقَ السَّمَوَاتِ بِغَيْرِ عَمَدٍ تَرْوْنَهَا ۚ وَأَلْقَىٰ فِي الْأَرْضِ رَوَاسِيَ أَن تَمِيدَ بِكُمْ وَبَثَّ فِيهَا مِن كُلِّ دَابَّةٍ ۚ

وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِن كُلِّ زَوْجٍ كَرِيمٍ ﴿١٠﴾

Artinya:

“Dia menciptakan langit tanpa tiang yang kamu melihatnya dan Dia meletakkan gunung-gunung (di permukaan) bumi supaya bumi itu tidak menggoyangkan kamu; dan memperkembang biakkan padanya segala macam jenis binatang. dan Kami turunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan padanya segala macam tumbuh-tumbuhan yang baik” (QS. Luqman [31]:10).

Ayat-ayat di atas mengandung nilai-nilai yang menjadikan sebuah rancangan agar menjadi bangunan yang kokoh dan kuat. Hal itu terkait dengan

karakter pada *high tech* dengan menggunakan struktur-struktur yang inovatif dan masa kini agar bangunan tersebut tidak roboh dan bisa digunakan hingga masa yang akan datang.

Pada tema *high tech* ini penggunaan struktur-struktur inovasi terkini menjadi daya tarik untuk bisa bersaing, dengan kecanggihan-kecanggihan teknologi masa kini. Kejujuran struktur sebagai dasar sebuah penerapan *high tech* pada bangunan dan juga dijadikan sebagai unsur estetika dengan mengekspose struktur-struktur hingga sedemikian rupa sehingga menjadi hal yang kekinian dan terlihat rumit namun menarik selain itu *high tech* berfungsi juga agar memberikan kemudahan-kemudahan bagii pengguna dan pengunjungnya. Dalam firman Allah swt:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥٦﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥٧﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٥٨﴾

Artinya:

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (QS.alam-Nasyrah [94]:5-7).

Penjelasan pada ayat diatas merupakan bagaimana suatu kemudahan itu ada setelah suatu kesulitan perkara itu muncul. Dengan demikian *high tech* merupakan suatu perkembangan kecanggihan yang berguna untuk memberi kemudahan bagi pengguna. Hal ini merupakan fungsi utama pada tema *high tech*

yang mana menggunakan kecanggihan-kecanggihan teknologi masa kini supaya dapat mempermudah pengguna dan bisa dipakai sampai masa yang akan datang.

Bangunan dengan *high tech* akan mengekspresikan pada kesan modern dengan menonjolkan *high tech impression (silver aesthetic)* dengan penggunaan material-material *high-tech* juga dapat mempengaruhi nilai estetik pada bangunan, seperti baja, kaca, beton dan lain sebagainya. Pengekspresian pada bangunan dengan *high-tech* akan dapat mewadahi dan memperkuat keberadaan bangunan tersebut agar pengguna/pengunjung dapat menikmati dengan kenyamanan yang tersendiri. Seperti yang dijelaskan dalam al-qur'an, bahwa Allah swt menciptakan langit, tanaman dan gunung-gunung yang begitu indah, sempurna dan kokoh dipandang mata. Dalam surat Qaaf:

أَفَلَمْ يَنْظُرُوا إِلَى السَّمَاءِ فَوْقَهُمْ كَيْفَ بَنَيْنَاهَا وَزَيَّنَّاهَا وَمَا هِيَ مِنْ فُرُجٍ ۖ وَالْأَرْضَ مَدَدْنَاهَا

وَأَلْقَيْنَا فِيهَا رُوسًى وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ ۖ

Artinya:

“Maka apakah mereka tidak melihat akan langit yang ada di atas mereka, bagaimana kami meninggikannya dan menghiasinya dan langit itu tidak mempunyai retak-retak sedikitpun. Dan kami hamparkan bumi itu dan kami letakkan padanya gunung-gunung yang kokoh dan kami tumbuhkan padanya segala macam tanaman yang indah dipandang mata” (QS. Qaaf [50]:6-7).

Dalam perancangan bangunan seharusnya yang perlu diperhatikan adalah menjaga keseimbangan antara manusia dengan manusia, manusia dengan Sang Pencipta dan manusia dengan alam sekitar. Pada dasarnya yang menjadi pokok adalah manusia atau penghuninya itu sendiri sehingga bangunan yang dirancang seperti apapun harus dapat menjadikan pengguna merasa nyaman dan aman. Hal ini terkait dengan nilai-nilai keIslaman yang berorientasi terhadap ketauhidan Allah swt, sebagai salah satu aspek hubungan vertikal antara manusia dengan Allah swt hubungan horizontal antara manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungan sehingga bangunan yang diciptakan membawa manfaat dan berguna bagi seluruhnya.

Pada tema *high tech* ini mencoba akan diintegrasikan dari kemutaakhirian dan kecanggihan teknologi masa kini dalam bangunan supaya memberikan kemudahan bagi penggunanya. Kejujuran struktur atau transparan massa pada bangunan yang merupakan ciri-ciri dari *high tech architecture* terhadap nilai-nilai keislaman dengan dasar Al qur'an dan As sunnah. Dengan hal itu maka nantinya akan menghasilkan rancangan bangunan yang dapat memiliki nilai keIslaman yang lebih dari sekedar yang dilihat maupun dirasakan oleh pengguna/pengunjung, namun selain hal itu juga nantinya akan mengandung nilai-nilai ketauhidan, baik ibadah mahdoh maupun ibadah goiru mahdoh kemudian bermanfaat dan berguna bagi seluruhnya serta mendapatkan rahmat dan keridloan Allah swt. Kemudian manusia diciptakan oleh Allah swt sebagai khalifah (pemimpin) di bumi ini memiliki kewajiban untuk menjaga, memelihara dan

membentuk alam supaya menjadi yang lebih baik serta mempunyai nilai-nilai ketauhidan pada Allah swt.

Dapat ditarik kesimpulan, bahwa dalam merancang sebuah bangunan tentunya tidak hanya memperhatikan keindahan dan kekokohnya saja, akan tetapi bangunan tersebut setidaknya harus bisa menambah ketauhidan, dan keimanan pada Allah agar bisa lebih mendekatkan diri kepada Allah swt.

2.4 Studi Banding Objek

Studi banding objek yang dilakukan adalah di *Hi Tech Mall* Surabaya. Mall ini merupakan salah satu pusat perbelanjaan sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar khususnya di bidang teknologi. Bangunan ini terdiri dari empat lantai, dan terdapat retail-retail atau kios-kios didalamnya. Barang-barang yang ditawarkan dalam mall ini lebih spesifik kepada IT. Bangunan ini terletak di Jalan Kusuma Bangsa Surabaya, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar2.14 Hi Tech Mall Surabaya

Sumber: www.google.com

Dari kondisi eksisting yang ada dapat dilakukan analisis sebagai berikut:

- Struktur dan Utilitas

Bangunan ini merupakan bangunan bertipe *high rise building*. Merupakan bangunan dengan menggunakan struktur bangunan tinggi. Dengan menggunakan sistem utilitas pada void bangunan. Penggunaan *lift* dan *escalator* sebagai sistem transportasi di dalam bangunan.

Bangunan ini menggunakan struktur rangka kaku (*rigid frame*). Terbuat dari kolom-kolom dan balok-balok yang disambung secara kaku satu sama lain. Kekakuan bangunan oleh batang-batang menerus diperlukan untuk menahan gaya-gaya lateral dan aksi gaya vertikal asimetris. Sistem rangka kaku umumnya berupa grid persegi teratur, terdiri balok horizontal dan kolom vertikal yang di hubungkan di suatu bidang dengan menggunakan sambungan kaku (*rigid*).



Gambar2.14 Struktur Hi Tech Mall Surabaya
Sumber: struktur dan konstruksi, 2008

- Bentuk dan Tampilan



Gambar2.14 Hi Tech Mall Surabaya
Sumber: Hasil Analisis

Gambar di atas menunjukkan bentukan fasad pada *Hi Tech Mall*. Bangunan ini memiliki perulangan pada fasadnya. Perulangan bentuk dan perulangan warna. Selain itu terdapat emphasis pada titik tengah fasad bangunan. Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Perulangan bentuk lingkaran sebagai emphasis yang terletak d titik tengah fasad.



Perulangan warna yang digunakan adalah warna hijau dan kuning.



Perulangan bentuk persegi atau kotak yang terletak antara bidang kanan dan kiri sehingga terjadi keseimbangan

Gambar2.15 Fasad Hi Tech Mall Surabaya

Sumber: Hasil Analisis

- **Tipologi Bangunan**

Bangunan ini memiliki bentukan dasar persegi yang dikombinasikan dengan bentuk lingkaran. Bentuk ini sederhana sehingga ruang-ruang yang dihadirkan identik dengan bentukan persegi dan setengah lingkaran, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar2.16 Tipologi Hi Tech Mall Surabaya

Sumber: Hasil Analisis

- Interior Bangunan

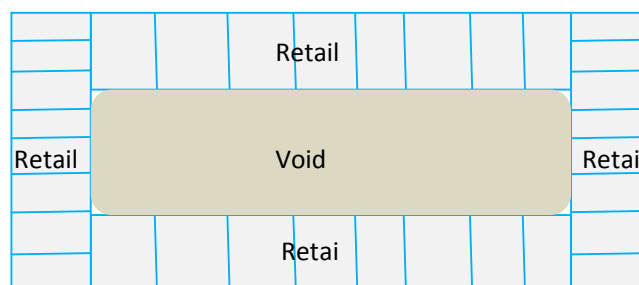
Suasana ruang yang dihadirkan dalam bangunan ini adalah bagaimana orang merasa nyaman ketika berada di dalam ruang yang berhimpitan dengan orang lain. Pemberian warna yang tidak terlalu mencolok juga salah satu pertimbangan untuk kenyamanan pengunjung.



Gambar2.16 Tipologi ruang Hi Tech Mall Surabaya
Sumber: www.google.com

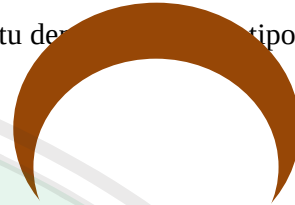
Selain sebagai pusat perdagangan barang IT juga tersedia tempat makan dan Ramayana demi member kemudahan dan kenyamanan pengunjung.

Pola penataan retail-retail di dalam bangunan yang digunakan adalah sistem *cluster*, dimana retail-retail tersebut ditata mengikuti bentukan dari bangunan tersebut. Retail-retail ditata mengelilingi void yang ada di tengah, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar2.17 Tipologi ruang Hi Tech Mall Surabaya
Sumber: Hasil Analisis

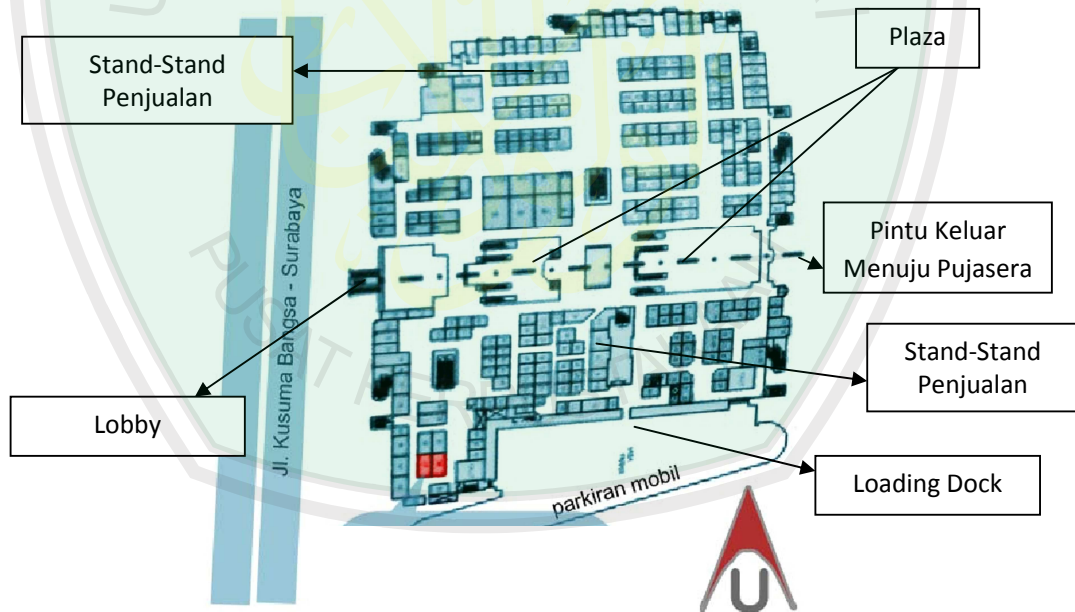
Selain itu perulangan juga terdapat pada interior bangunan, bentukan lingkaran yang menyatu dengan tipologi bentuk bangunan.



Perulangan bentuk lingkaran pada interior bangunan yang menjadi satu kesatuan dengan bentuk fasad luar.

Gambar2.17 Perulangan Bentuk Bagian Dalam Hi Tech Mall Surabaya

Sumber: www.google.com



Gambar2.18 Denah Lantai 1 Hi Tech Mall Surabaya

Sumber: www.google.com

Dari denah di atas dapat kita lihat stand-stand penjualan di hi-tech mall ini, tertata hampir di seluruh blok atau bagian ruangan, sehingga akses menuju masing-masing stand sangat banyak, stand-stand di hi-tech mall ini tertata mejadi persegi, jadi antara stand yang satu dengan yang lainnya saling berhadap-hadapan dan berdampingan.

loading dock atau tempat menurunkan barang terletak di samping bangunan sebelah kiri menjadi 1 dengan tempat parkir, ini di tujukan untuk mempermudah akses barang yang di bawa menuju ke dalam hi-tech mall. Dan juga ruang Lobby dan pintu keluar menuju pugasera terletak sejajar.

- **Kekurangan dan Kelebihan Bangunan**

Kekurangan dari bangunan ini adalah bentukan fasad yang kurang menarik, kurang menunjukkan identitas bahwa bangunan ini merupakan center dari pusat IT yang ada di Jawa Timur. Area parker yang disediakan kadang kala kurang menampung kendaraan pengunjung yang membludak.

Kelebihan dari bangunan ini adalah bangunan ini merupakan center dari pusat perdagangan IT di wilayah Jawa Timur, dengan salah satu fasilitas utamanya yaitu memiliki ruang edukasi IT yaitu Ruang Workshop, dimana berbagai kegiatan IT untuk pelajar, guru dan juga masyarakat umum digelar, selain ruang workshop, fasilitas-fasilitas pendukung lainnya seperti mushola, dan di bagian belakang bangunan terdapat pugasera yang mana menjadi tempat untuk istirahat, bersantai dan menikmati makanan-makanan yang di sajikan sehabis lelah dari belanja di

tempat tersebut, sehingga banyak pengunjung baik dari kota Surabaya sendiri, dan luar kota yang mendatangi tempat tersebut.

2.5 Studi Banding Tema

Studi banding tema dilakukan pada objek bangunan *Cybertecture Egg* yang terletak di Mumbai, India. Bangunan ini merupakan bangunan perkantoran yang terdiri dari 13 lantai, dengan luas 32.000m² dengan konsep *Hi Tech Architecture*.

Desain gedung *Cybertecture* ini menganut sistem intelijen provokatif di India dengan kantor yang berbentuk telur *cybertecture*. Konsep bangunan ini terinspirasi dengan melihat dunia seperti halnya planet sebagai sebuah ekosistem yang memungkinkan kehidupan berkembang.

Konsepnya ialah bangunan ini seolah-olah seperti planet bumi, di mana mempertimbangkan dunia sebagai ekosistem berkelanjutan adalah berasal dari *cybertecture* terpadu yang berkembang untuk memberikan bangunan terbaik penghuni ruang saat bekerja dalam gedung. Hal baru lainnya ialah adanya serangkaian inovatif sistem seperti 'kesehatan *cybertecture*' didalam kamar mandi yang dirancang untuk melacak kesehatan penghuni termasuk tekanan darah dan berat badan.



Gambar2.19 *Cybertecture Egg*
Sumber: www.google.com

Konsep struktur bangunan ini adalah menciptakan sesuatu yang belum pernah dilakukan dalam arsitektur konvensional, menciptakan sebuah struktur dalam bentuk sebuah *shell* yang mampu mendukung pelat lantai tanpa membutuhkan kolom. Hal ini akan memungkinkan ruang komersial tidak memiliki penghalang untuk menggunakan ruang dan menjadi fleksibel. Solusi struktur datang dari studi geometri dan sifat, dimana kita bisa melihat bentuk simetris.



Gambar 2.20 *Cybertecture Egg*
Sumber: www.google.com

Sebagian besar kolom ruang bebas luar biasa yang di ruang kantor lain saat ini tidak tersedia. Bentuk telur yang dipilih miring pada salah satu sudut sehingga membuat bahasa visual yang kuat serta untuk mengurangi keuntungan surya bangunan. Dengan menggunakan ini bentuk "Telur", bangunan ini memiliki luas permukaan sekitar 10-20 % kurang dibandingkan dengan bangunan konvensional. Bangunan ini dominan berbingkai struktur baja dengan inti beton dan basement. Komposisi dan penempatan baja berpresisi dengan node diagrid baja padat yang tidak membutuhkan perlindungan kebakaran karena massa baja yang tinggi. Bagian kantilever dari telur memiliki bentang lebih dari 40m.



Gambar2.21 *Cybertecture Egg*
Sumber: www.google.com

Diagrid strukturalnya menggunakan node baja solid untuk menciptakan struktur tahan api. Bangunan ini seperti habitat palsu (seperti ekosistem makhluk hidup baru) yang dapat mengurangi penggunaan tenaga surya bangunan, lalu ada taman langit atau biasa disebut dengan roof garden di atas bangunan (meminimalisir panas dari permukaan). Panel PV akan dipasang di atas gedung dan turbin angin di roof garden akan menghasilkan listrik. Sebuah sistem penyaringan air juga akan dimasukkan ke dalam bangunan untuk mendaur ulang air limbah untuk pembilasan dan tujuan irigasi.



Gambar2.22 *Cybertecture Egg*
Sumber: www.google.com

Dari bangunan *Cybertecture Egg* ini dapat kita lihat prinsip-prinsip atau karakteristik sebuah bangunan hi-tech, yang karakteristiknya ini merupakan perpaduan dari arsitek Norman Foster dan teori Jencks tentang *High-tech architecture*, dengan penerapan beberapa prinsipnya pada bangunan *Cybertecture Egg* ini yaitu:

➤ *Celebration of Process* (keberhasilan suatu perencanaan)

Cybertecture Egg adalah sebuah bangunan perkantoran yang memiliki 13 lantai berbentuk telur. Yang telah menyatukan ikon arsitektur, desain lingkungan, sistem cerdas, dan teknik baru dalam pembangunan.



➤ *inside out* (penampakan bagian dalam)

Struktur dan area eksterior yang terlihat di tonjolkan, yang langsung berinteraksi dengan lingkungan sekitar, yang juga memanfaatkan penghawaan alami.



- *Optimistic Confidence in Scientific* (optimis terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi)

Gedung kantor cybertecture egg ini menggabungkan desain surya pasif untuk menurunkan panas dan beban energi yang lebih rendah. Menggunakan vegetasi alami untuk membantu pendinginan selubung luar bangunan.



- *Transparency, layering, and Movement* (Transparan, Pelapisan, dan Pergerakan)

Penerapannya terlihat pada pewarnaan yang transparan, warna-warna lampu cahaya yang cerah dan terang dan juga gradasi warna maupun bentuk strukturnya yang bergerak mengikuti alur cangkang telur.



- *Bright Flat Colouring* (pewarnaan yang menyala dan merata)

Terlihat warna-warna yang digunakan cerah dan merata, sehingga tampak lebih megah dan elegan bangunan terhadap lingkungan sekitarnya, dan juga warna yang mengikat ke strukturnya, sehingga warna dan struktur menjadi lebih kuat dan merata.



- *A Lightweight Fillgree of Tensile Members* (baja-baja tipis sebagai penguat)

pada bagian pelapis dan penguat sisi bangunan terlihat baja-baja yang mengikat struktur dan juga membentuk sebuah alur elips sebuah telur.

