



BAB II

TINJAUAN UMUM *JOGJA CITY WALK*

II.1. Pengertian *City Walk*

Dalam bahasa baku urban design, *city walk* dikenal dengan istilah mall atau pedestrian. Pedestrian berasal dari kata latin *Pedos*, yang artinya kaki. Pejalan kaki sebagai istilah aktif, adalah orang yang bergerak atau berpindah dari suatu tempat titik tolak ke tempat tujuan tanpa menggunakan alat yang bersifat mekanis (kecuali kursi roda). Pedestrian dapat berupa trotoar, alun-alun dan sebagainya. Shivani (1985) dan Lynch (1987) mengemukakan bahwa pedestrian bagian dari *public space* dan merupakan aspek penting sebuah *urban space*, baik berupa *square* (lapangan-*open space*) maupun *street* (jalan-koridor).

Jika jalan dirancang sebagai *public space* dengan memberikan porsi yang dominan bagi aktivitas pedestrian, maka perlu pembatasan fungsi transportasi kendaraan bermotor. Pengembangan ruas jalan ini dapat menggunakan pendekatan *city walk* atau *mall*. *Mall* berarti sebuah plaza umum, jalan-jalan umum atau sekumpulan sistem jalan dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki. Menurut Rubenstein (1978) *mall* adalah sebagai suatu area pergerakan (*linier*) pada suatu area pusat bisnis kota atau Central Business District (CBD) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional. Sedangkan menurut Maitland (1987), *mall* adalah pusat perbelanjaan yang berisikan suatu atau beberapa *department store* besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko-toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari *shopping mall*, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang.

Menurut Maitland (1987), berdasarkan bentuknya *mall* terdiri dari tiga jenis dengan keuntungan dan kerugiannya masing-masing, yaitu:

- a. *Open mall* (mall terbuka), adalah mall tanpa pelingkup, keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang



mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya adalah kendala pada *climatic control* berpengaruh terhadap kenyamanan dan kesan kewadahan kurang.

- b. *Enclosed mall* (mall tertutup), adalah mall dengan penutup atap. Keuntungannya berupa kenyamanan, Sedangkan kerugiannya adalah biaya yang mahal dan kesan ruang kurang luas.
- c. *Integrated mall*, adalah penggabungan antara *mall* terbuka dan *mall* tertutup. biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka.

Berdasarkan dari cara pola penataannya, menurut Rubenstein (1987) *mall* dapat dibedakan menjadi :

- a. *Full Mall*, diperoleh dengan menutup suatu jalan yang sebenarnya difungsikan untuk kendaraan, dan diubah menjadi jalan untuk pejalan kaki atau plaza dengan jenis perkerasan yang berbeda, dan dilengkapi dengan pepohonan, penerangan dan elemen ruang luar lainnya
- b. *Transit Mall*, dibuat dengan memindahkan kendaraan pribadi dan kendaraan angkutan dari jalan yang sudah ada, dan hanya mengizinkan sarana transportasi umum seperti bus, taxi dan kendaraan umum lainnya pada jalan tersebut. Parkir ditepi jalan (*on-street parking*) dilarang, jalur pejalan kaki diperbesar dan dilengkapi juga elemen. ruang luar seperti paving, bangku dan tempat duduk, pohon-pohon, pencahayaan buatan, patung, air mancur.
- c. *Semi Mall*. Pada *mall* jenis ini, jumlah lalu lintas dan kendaraan parkir dikurangi, jalur untuk pejalan kaki diperluas serta dilengkapi dengan taman dan pepohonan, penerangan dan elemen luar lainnya.

Dari penjelasan-penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *City Walk* merupakan koridor ruang terbuka bagi pejalan kaki yang menghubungkan beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada, yang mana aktivitasnya lebih ke arah gaya hidup yang sedang berkembang saat ini. Persimpangan koridor *City Walk* sering digunakan sebagai ruang terbuka untuk panggung pertunjukan, dan



berfungsi juga sebagai penghubung atau penyatu massa bangunan yang biasanya terpecah.

II.2. Tipologi *City Walk*

II.2.1 *City Walk* Terkait Ruang Terbuka

Ruang terbuka publik merupakan ruang wadah aktivitas sosial yang melayani dan juga mempengaruhi kehidupan masyarakat kota. Ruang terbuka juga merupakan wadah dari kegiatan fungsional maupun aktivitas ritual yang mempertemukan sekelompok masyarakat dalam rutinitas normal kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan periodik (Carr,1992). Dengan adanya pertemuan dan aktivitas bersama antar manusia, kemungkinan akan timbul bermacam-macam aktifitas yang terjadi di ruang tersebut. Dasarnya ruang terbuka merupakan ruang kota mudah dicapai oleh semua orang dan terkesan terbuka sehingga pengaruh dari alam misalnya : angin, matahari, suara, dan air hujan masih dapat dirasakan.



Gambar 2.1 *City walk* sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi
Sumber : www.google.com/ Ruang Publik

II.2.2. *City Walk* Sebagai Fungsi Komersial

Kegiatan komersial merupakan wadah kegiatan perniagaan, pembelian atau penjualan barang dan jasa khususnya secara besar-besaran baik nasional maupun internasional (Winardi, kamus ekonomi 1976). Fasilitas Komersial adalah segala yang memudahkan sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan perniagaan atau perdagangan baik itu barang



ataupun jasa (Poerwadarminta 1970). Orientasi dari fasilitas komersial lebih kepada keuntungan finansial yang akan dihasilkan dengan adanya pedangan dan kegiatan perekonomian didalamnya, dengan prinsip ekonomi “ pengeluaran sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya”.

Sesuai pengertian diatas fasilitas komersial mempunyai sifat (skripsi pranantyo harwantono) :

1. *marketable*, yaitu dapat dipasarkan.
2. *profitable*, yaitu mendapatkan keuntungan.
3. *manageable*, yaitu mudah dikelola.
4. *adjustable*, yaitu mudah disesuaikan dengan kebutuhan.
5. *sustainable*, yaitu mempunyai keberlangsungan.

Klasifikasi fasilitas komersial:

1. Fasilitas komersial untuk menjual barang, yaitu fasilitas komersial yang menjual barang produk-produk berupa barang.
2. Fasilitas komersial yang memberikan pelayanan jasa.



Gambar 2.2 *City walk* sebagai fungsi komersial
 Sumber : www.google.com/ Sketsa Toko

Sasaran fasilitas komersial dapat dicapai dengan memperhatikan citra bangunan, yang mana perlu diperhatikan adalah (skripsi pranantyo harwantono):

- *Clarity* (kejelasan), bertujuan memberikan kejelasan kepada seseorang untuk mengenal suatu fasilitas dengan cepat. Kejelasan ini ditransformasikan dengan bentuk, ukuran, dan tekstur yang



dominan diantara lingkungannya. Bentuk yang komunikatif, arah bangunan yang jelas, bukaan yang dapat diketahui semua orang, serta view.

- *Boldness* (kemencolokan), yaitu bentuk yang berbeda dengan bangunan disekitarnya, kemencolokan bangunan ini juga bisa ditunjukkan dengan iklan komersial yang besar sehingga mudah diingat bagi orang yang melihatnya. *Boldness* dapat ditransformasikan melalui bentuk, bahan, letak, tekstur, dan warna.
- *Intimacy* (keakraban), yaitu menciptakan suasana yang membuat orang merasa betah, yaitu dengan membuat skala manusia pada beberapa bagian bangunan, menciptakan kesan alami, vegetasi yang cukup pada lansekap, dan tangkapan visual dari pusat perbelanjaan.
- *Flexibility* (fleksibilitas), ditransformasikan dalam bentuk peruangan yang universal, suasana yang dapat berubah, dan dibentuk dengan karakter yang kuat.
- *Efficiency* (efisien), ditransformasikan dengan penggunaan ruang yang optimal dan profitable dalam setiap luasan yang ada.
- *Inventiveness* (kebaruan), ditransformasikan dalam bentuk tatanan fisik yang inovatif, ekspresif, dan spesifik untuk mencegah kebosanan dan memberi atmosfer yang khas dalam bangunan komersial tersebut.

II.2.3. *City Walk* Sebagai Tujuan Perberlanjaan

Pusat perbelanjaan merupakan wadah terjadinya kegiatan perbelanjaan dalam suatu lingkup kawasan maupun kota, yang mana tercipta transaksi jual beli dan kegiatan didalamnya. Selain itu dapat juga sebagai sebuah kompleks toko-toko ritel dan fasilitas yang berhubungan dengan itu yang direncanakan sebagai sebuah kelompok yang menyatu untuk memberikan kenyamanan maksimum dalam berbelanja untuk para



pelanggan dan keterbukaan maksimum juga untuk barang dan jasa. Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul, berekreasi, atau rileks. Maka sebagai kesimpulan pusat perbelanjaan adalah suatu lingkup kawasan dengan bangunan komersial yang dirancang dan direncanakan beserta fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dan keamanan dalam melakukan aktivitas perdagangan.

II.3. Tinjauan Ruang Terbuka Publik

II.3.1. Pengertian Ruang Terbuka Publik

Stephen Carr, dkk (1992) melihat ruang terbuka publik sebagai ruang milik bersama, tempat masyarakat melakukan aktivitas fungsional dan ritualnya dalam suatu ikatan komunitas, baik kehidupan sehari-hari maupun dalam perayaan berkala yang telah ditetapkan sebagai sesuatu yang terbuka, tempat masyarakat melakukan aktivitas pribadi dan kelompok. Pengertian-pengertian mengenai ruang terbuka publik yang dikemukakan oleh para ahli perencanaan kota sangat beragam, beberapa pengertian ruang terbuka publik tersebut, adalah:

1. Ruang terbuka publik adalah lahan tidak terbangun di dalam kota dengan penggunaan tertentu. Pertama, ruang terbuka kota didefinisikan sebagai bagian dari lahan kota yang tidak ditempati oleh bangunan dan hanya dapat dirasakan keberadaannya jika sebagian atau seluruh lahannya dikelilingi pagar. Selanjutnya ruang terbuka didefinisikan sebagai lahan dengan penggunaan spesifik yang fungsi atau kalitas terlihat dari komposisinya (Rapuano, 1994).
2. Ruang terbuka publik merupakan ruang wadah aktivitas sosial yang melayani dan juga mempengaruhi kehidupan masyarakat kota. Ruang terbuka juga merupakan wadah dari kegiatan fungsional maupun aktivitas ritual yang mempertemukan



sekelompok masyarakat dalam rutinitas normal kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan periodik (Carr,1992).

3. Sedangkan menurut Daisy (1974), berdasarkan pemilikannya ruang terbuka publik dapat diklasifikasikan berdasarkan dua jenis :
 - a. Ruang terbuka publik yang merupakan milik pribadi atau institusi yang dipergunakan oleh publik dalam kalangan terbatas. Misalnya halaman bangunan perkantoran, halaman sekolah atau *mall shopping centre*.
 - b. Ruang terbuka publik yang merupakan milik publik dan digunakan oleh orang banyak tanpa kecuali. Misalnya jalan kendaraan, jalan pedestrian, *arcade*, lapangan bermain, taman kota dan lain lain.

II.3.2. Tujuan Ruang Terbuka Publik

Secara umum, tujuan ruang terbuka publik (Carr dkk,1992) adalah:

1. Kesejahteraan Masyarakat Kesejahteraan masyarakat menjadi motivasi dasar dalam penciptaan dan pengembangan ruang terbuka publik yang menyediakan jalur untuk pergerakan, pusat komunikasi, dan tempat untuk merasa bebas dan santai.
2. Peningkatan Visual (*Visual Enhancement*)
“Keberadaan ruang publik di suatu kota akan meningkatkan kualitas visual kota tersebut menjadi lebih manusiawi, harmonis, dan indah.”
3. Peningkatan Lingkungan (*Environmental Enhancement*)
“Penhijauan pada suatu ruang terbuka publik sebagai sebuah nilai estetika juga paru-paru kota yang memberikan udara segar di tengah-tengah polusi.”
4. Pengembangan Ekonomi (*Economic Development*)



“Pengembangan ekonomi adalah tujuan yang umum dalam penciptaan dan pengembangan ruang terbuka publik.”

5. Peningkatan Kesan (*Image Enhancement*)

“Merupakan tujuan yang tidak tertulis secara jelas dalam kerangka penciptaan suatu ruang terbuka publik namun selalu ingin dicapai.”

II.3.3. Fungsi Ruang Terbuka Publik

Ruang terbuka publik sebagai salah satu elemen perancangan mempunyai fungsi-fungsi:

- Ruang terbuka publik melayani kebutuhan sosial masyarakat kota dan memberikan pengetahuan kepada pengunjungnya. Pemanfaatan ruang terbuka publik oleh masyarakat sebagai tempat untuk bersantai, bermain, berjalan-jalan dan membaca (Nazarudin, 1994).
- Ruang terbuka publik adalah simpul dan sarana komunikasi pengikat sosial untuk menciptakan interaksi antarkelompok masyarakat (Carr, 1992).

II.3.4. Jenis Ruang Terbuka Publik

Ruang terbuka publik dapat berupa *landscape* (ruang terbuka hijau) maupun *hardscape* (ruang terbuka terbangun), pengkategorianya adalah:

1. Ruang terbuka publik skala lingkungan dengan luas dan lingkup pelayanan kecil, seperti ruang sekitar tempat tinggal (*home oriented space*), ruang terbuka lingkungan (*neighbourhood space*) (Rapuano, 1964).
2. Ruang terbuka publik skala bagian kota yang melayani beberapa unit lingkungan, seperti taman umum (*public park*), ruang terbuka untuk masyarakat luas (*community space*).



3. Ruang terbuka publik dengan fungsi tertentu, seperti ruang sirkulasi kendaraan (jalan raya/*freeway*, jalan arteri, dll), ruang terbuka publik di pusat komersial (area parkir, *plaza*, dan *mall*), ruang terbuka publik kawasan industri, dan ruang terbuka publik peringatan (*memorial*) (Carr, 1992).
4. Pasar terbuka publik (*markets*), yaitu ruang terbuka publik atau jalan yang digunakan untuk PKL, bersifat temporer pada ruang yang ada seperti taman, daerah pinggir jalan, atau area parkir (Carr, 1992).

II.4. Tinjauan Ruang Terbuka Hijau

II.4.1. Pengertian Ruang Terbuka Hijau

Ruang terbuka hijau kota merupakan salah satu bagian dari penataan ruang perkotaan yang berfungsi sebagai paru paru kawasan. Kawasan hijau kota terdiri atas pertamanan kota, kawasan hijau hutan kota, kawasan hijau rekreasi kota, kawasan hijau kegiatan olahraga, kawasan hijau pekarangan. Ruang terbuka hijau diklasifikasi berdasarkan status kawasan, bukan berdasarkan bentuk dan struktur vegetasinya (Fandeli, 2004). Ruang terbuka hijau adalah area memanjang/jalur dan atau mengelompok, yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat tumbuhnya tanaman-tanaman, baik yang tumbuh secara alamiah maupun yang sengaja ditanam (Pasal 29UU No. 26 tahun 2007). Menurut Dinas Tata Kota, ruang terbuka hijau kota meliputi:

1. Ruang terbuka hijau makro, seperti kawasan pertanian, perikanan, hutan lindung, hutan kota, dan landasan pengamanan bandar udara.
2. Ruang terbuka hijau medium, seperti kawasan area pertamanan (*city park*), sarana olah raga, dan sarana pemakaman umum.
3. Ruang terbuka hijau mikro, lahan terbuka yang ada di setiap kawasan permukiman yang disediakan dalam bentuk fasilitas



umum seperti taman bermain (*play ground*), taman lingkungan (*community park*), dan lapangan olah raga.

II.4.2. Fungsi dan Manfaat (RTH)

Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia mengeluarkan Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 14 Tahun 1988 tentang Penataan Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Wilayah Perkotaan, dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan lingkungan hidup perkotaan yang nyaman, segar, indah, bersih dan sebagai sarana pengaman lingkungan perkotaan
- b. Menciptakan keserasian lingkungan alam dan lingkungan binaan yang berguna untuk kepentingan masyarakat.

Peranan RTH bagi pengembangan kota adalah sebagai berikut :

- a. Alat pengukur iklim amplitude (klimatologis). Penghijauan memperkecil amplitude variasi yang lebih besar dari kondisi udara panas ke kondisi udara sejuk.
- b. Penyaring udara kotor (protektif). Penghijauan dapat mencegah terjadinya pencemaran udara yang berlebihan oleh adanya asap kendaraan, asap buangan industri dan gas beracun lainnya.
- c. Sebagai tempat hidup satwa. Pohon peneduh tepi jalan sebagai tempat hidup satwa burung/unggas.
- d. Sebagai penunjang keindahan (estetika). Tanaman ini memiliki bentuk teksur dan warna yang menarik.
- e. Mempertinggi kualitas ruang kehidupan lingkungan. Ditinjau dari sudut planologi, penghijauan berfungsi sebagai pengikat dan pemersatu elemen-elemen (bangunan) yang ada disekelilingnya. Dengan demikian, dapat tercipta lingkungan yang kompak dan serasi.



Adapun manfaat RTH di wilayah perkotaan antara lain sebagai berikut :

- a. Memberikan kesegaran, kenyamanan dan keindahan lingkungan sebagai paru-paru kota.
- b. Memberikan lingkungan yang bersih dan sehat bagi penduduk kota.
- c. Memberikan hasil produksi berupa kayu, daun, bunga dan buah.
- d. Sebagai tempat hidup satwa dan plasma nutfah.
- e. Sebagai resapan air guna menjaga keseimbangan tata air dalam tanah, mengurangi aliran air permukaan, menangkap dan menyimpan air, menjaga keseimbangan tanah agar kesuburan tanah tetap terjaga.
- f. Sirkulasi udara dalam kota.
- g. Sebagai tempat sarana prasarana kegiatan rekreasi.

II.4.3. Vegetasi (wahyudi, tesis, 2009. UNDIP)

A. Jenis Dan Bentuk Tanaman Berdasarkan Karakteristiknya

Karakteristik tanaman akan memberikan kesan alami lingkungan, khususnya pada kawasan di pusat kota (*urban*), karena tanaman dapat menjadi penyegar visual terhadap elemen-elemen yang bersifat keras dan kasar. Selain memberikan kelembutan relatif terhadap lingkungannya yang keras, kasar dan kaku, juga akan memberikan kualitas yang harmonis walaupun penataannya tidak direncanakan secara maksimal. Untuk itu pengenalan terhadap jenis-jenis tanaman merupakan langkah awal yang baik untuk menganalisis vegetasi dalam perencanaan Ruang Terbuka Hijau. Secara garis besar, jenis tanaman terbagi menjadi 3 bagian, yaitu :

a. Pohon

Berdasarkan ukurannya, pohon dapat dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu :

1. Pohon Besar : memiliki ketinggian lebih dari 12 meter, dalam penataan lansekap berfungsi sebagai unsur penting yang secara



fisik membagi ruang-ruang perkotaan dan perdesaan yang luas, yang tidak mungkin dibatasi oleh bangunan karena kendala permukaan tanah menjadi ruang-ruang yang lebih kecil.

2. Pohon Sedang : memiliki ketinggian antara 9-12 meter, dalam penataan lansekap berfungsi sebagai pengatur komposisi bersama-sama dengan tanaman semak serta berfungsi untuk membatasi eruang pada bidang vertikal.
3. Pohon Kecil / Perdu : memiliki ketinggian maksimal 4,5 meter, dalam penataan lansekap berfungsi untuk memberikan aksen visual dalam komposisi, sebagai pembatas atau latar depan yang bersifat transparan, sebagai akhiran dari ruang linear dan daya tarik bagi suatu area *Main Entrance*.

b. Semak / Perdu

Berdasarkan ukurannya, tanaman semak dibagi menjadi 3 jenis yaitu Semak Tinggi (tinggi maksimal 4,5 meter), Semak Sedang (tinggi 1 meter) dan Semak Rendah (tinggi 0,3 – 1 meter). Fungsinya adalah :

1. Menghubungkan secara visual dua sisi komposisi menjadi satu kesatuan
2. Sebagai pengarah ke satu titik tujuan
3. Sebagai pembatas ruang vertikal, tetapi masih mampu memberikan pandangan terbuka ke atas

c. Penutup Tanah / Ground Cover

Ciri dari tanaman Penutup Tanah / Ground Cover adalah jenis tanaman ini memiliki ketinggian antara 15-30 cm dan merupakan jenis tanaman terkecil menurut ukurannya. Fungsi dari tanaman Penutup Tanah adalah :

1. Untuk membentuk tepi atau batas ruang
2. Menyatukan komposisi dari kelompok-kelompok tanaman

Secara garis besar, tipe dasar dari bentuk tanaman terbagi menjadi bentuk:

- Menyebar (horisontal)
- *Globular* (bulat)



- *Conical* (piramidal)
- *Weeping* (merunduk)
- *Pecturesgue* (bentuk yang menarik / abstrak).

B. Nama Tanaman Berdasarkan Bentuknya

Berikut ini akan diberikan beberapa contoh nama tanaman berdasarkan bentuk pohon, massa daun dan bentuk tajuknya.

1. *Groundcover* : Rumput peking (*Agrotis canina*), Krokot (*Althentura amonea*), Rumput jarum (*Andropogon aciculatus*), Puring (*Codieum variegtum*).
2. *Semak* : Suplir (*Adiantum*), Terang bulan (*Aegododium capillus*), Aster (*Aster sp.*), Bambu Cina (*Bambusa multiplex*), Merah kosta (*Brunfelsia uniflota*), Cocor bebek (*Callancho pinnata*), Soka (*Ixora stricta*).
3. *Konikal / Piramidal* : Cemara laut (*Casuaria eguesetifola*), Pinus (*Pinus mwekusi*), Cemara gunung (*Casuarina montana*), Cemara lilin (*Cuperessus semperirens*), Cengkeh (*Eugenia aromatica*), Mahoni (*Swictenia mahagoni*), Damar (*Agatis alba*), Sengon (*Albasia chanensis*), Kapuk randu (*Cerba petandra*), Nyampung (*Colophylum inophylum*), Ketapang (*Terminalia catapa*), Sukun (*Artocarpus altilis*), Srikaya (*Annona squamasi*), Sirsak (*Annonamuricata*), Kayu manis (*Cinnamomun zeytanicum*), Sonokeling (*Dolbergia regia*)
4. *Spreading / Menyebar* : Kiara payung (*Felicism despiens*), Biola cantik (*Ficus pandurata*), Flamboyan (*Delonic regia*), Asam kranji (*Dialium indicum*), Jambu mete (*Anacardium occidenfale*), Karpét munding (*Ficus alastica*), Trembesi (*Samenea saman*), Lamtorogung (*Lencena lencocephala*), Beringin (*Ficus benyamina*), Tanjung (*Mimusops elengi*), Kenari (*Canarioum indicum*), Kamboja (*Plumerica rublua*), Mangga (*Magnifera indica*), Nangka (*Artocarpus integra*)



5. *Rounded* / Membulat : Sono bludru (*Chrysophyllum camita*), Jeruk manis, (*Citrus anrah tifolia*), Jeruk (*Citrus nobis*), Sawo kecil (*Manilkana kanki*), Akasia (*Acasia auriuculiformis*), Hujan mas (*Cassia fistulla*), Kacapiring (*Gardenia agusta*), Teh-tehan (*Duranta repens*), Jambu air (*Eugenia agues*), Kelengkeng (*Euptiorbia tirucalli*)
6. *Weeping* / Merunduk : Kelapa (*Cocos nucifera*), Palem raja (*Oreadoxa regia*), Siwalan (*Borassus flabellifera*), Pepaya (*Carica papaya*), Janda merana (*Salix babilonica*), Pisang kipas (*Revonela madagascarencis*), Pinang merah (*Cyrtostachis lakka*), Bambu betung (*Dendrocalomis sp.*)
7. *Piqturesqeu* / Dinamis : Bougenvile (*Bouganvillea spectabilis*), Flamboyan (*Delonix regia*), Trompet biru (*Ipomea learil*), Bunga pukul empat (*Mirabilis jalafa*), Angsana (*Pterocarpus indiscus*), Kembang kertas (*Zinnia*)

II.5. Magnet atau *Anchor City Walk*

Hal yang mendorong orang berjalan kaki dari satu tempat ke tempat lain sebagai pusat kegiatan biasa disebut dengan istilah magnet atau *anchor*. Magnet bisa berupa pusat perbelanjaan, perkantoran, pelayanan umum seperti perpustakaan, museum, gedung bioskop dan sebagainya. Namun demikian faktor penarik ini dapat juga berupa elemen arsitektur kota seperti relief bangunan, perkerasan, penataan lampu, pedestrian, penataan lampu, penataan tanaman, penataan tempat duduk dan sebagainya. Selain aspek fisik, aktifitas yang ada di sepanjang pedestrian juga mampu menjadi pendorong aktifitas *City Walk* seperti pedagang kaki lima, pertokoan dan aktifitas budaya/tradisional (Shirvani, 1985; Danisworo, 1994).



Gambar 2.3 Keberadaan anchor mendorong pergerakan pada area pedestrian, *city walk* atau *street mall*
Sumber : Absori, 2006

II.6. Tinjauan Pedestrian terkait *City Walk*

Pedestrian pada *City Walk* berupa jalur yang memperhatikan keseimbangan antar jalur pejalan kaki dan jalur kendaraan, yang mana keseimbangan penggunaan elemen pejalan kaki harus mendukung ruang publik yang hidup dan menarik, serta memungkinkan kegiatan pencapaian, pelayanan jasa dan kebutuhan pribadi berlangsung dengan optimal. Keseimbangan pribadi menyangkut interaksi antara pejalan kaki dan kendaraan, dimana faktor keselamatan memegang peranan penting (Shirvani, 1985). Sehubungan dengan teori diatas fungsi pedestrian menjadi salah satu aspek penting dalam perencanaan *City Walk*, yang dapat dikembangkan lebih jauh dengan memperhatikan teori *Urban Design* yang berdasarkan pada konsep *Lingkage*, *Figure Ground* dan *Place* (Trancik, 1986).

City Walk akan tercipta dengan baik jika memiliki keterkaitan dengan pusat-pusat kegiatan (pendekatan *linkage*), antara lain dapat ditempuh dengan dengan cara:

- a. Menjadikan kawasan tersebut sebagai bagian penting dalam sistem citra kota (apakah sebagai simpul kota/ *node*, jalan/ *pathway* atau tetenger/ tugu/ *landmark*).
- b. Menjadikan kawasan tersebut sebagai jalur sirkulasi kota (kendaraan bermotor maupun pejalan kaki) yang menjadi bagian penting dalam kegiatan atau kunjungan wisatawan.



- c. Secara visual memiliki hubungan yang erat dengan elemen kota lainnya, seperti *style* bangunan, langgam *street furniture*, karena vegetasi dan sebagainya.

Rancangan pedestrian seharusnya memiliki tata letak dan fungsi yang jelas terhadap tata ruang kota (pendekatan *figure ground*). Untuk mempertegas *figure ground*, kawasan pedestrian diharapkan:

- Memiliki kejelasan antara ruang terbuka (*urban open space*) dan ruang tertutup / bangunan (*built up area*).
- Membentuk konfigurasi ruang yang jelas (memiliki pembatas yang jelas, baik berupa *urban mass* maupun *natural materials*).



Gambar 2.4
Kawasan merdeka *walk*, Medan
Sumber : Google Earth (diakses September 2012)

Rancangan pedestrian dengan karakter lingkungan setempat (kontekstual) merupakan upaya dalam menghadirkan kesan tempat (konsep *place*). Kesan ini dapat dihadirkan dengan:

- Memiliki karakter aktifitas atau fungsi tertentu (perdagangan, olah raga, atraksi wisata budaya dan sebagainya).
- Memiliki karakter arsitektural yang khas (*style / gaya*) bangunan, warna, skala, bentuk, tekstur, vegetasi, *signage*, *street furniture*).
- Memiliki karakter *sound* (suara-suara) yang khas.
- Memiliki karakter aroma tertentu.



II.7. Tinjauan Wisata Kuliner

II.7.1. Pengertian Wisata Kuliner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2003 Wisata adalah “bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya dsb)”. Sedangkan Kuliner berarti masakan atau makanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner ialah perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek tujuan Wisata. Masa perjalanan yang tergolong dalam definisi wisata adalah tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari tiga bulan, serta tidak dalam rangka mencari pekerjaan.

II.7.2. Konsep Wisata Kuliner

Menurut Lundberg (1993) produk restoran telah diurai menjadi 3 level yaitu; Produk inti, produk formal, dan produk tambahan. Peneliti menggunakan acuan bagan dibawah ini untuk menganalisa karakteristik produk wisata kuliner karena restoran adalah salah satu bentuk objek wisata kuliner.

a. Produk Inti

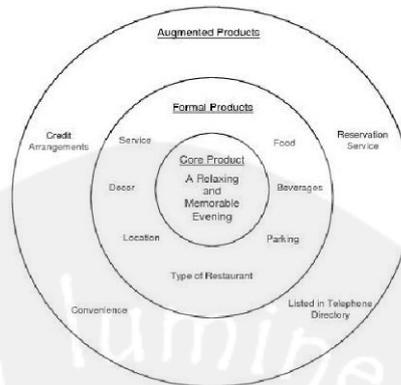
Sebagai level yang paling besar, produk inti memberi jawaban atas pertanyaan apa yang sebenarnya ingin dibeli oleh pembeli (kotler, Armstrong, 2004). Sebagai contoh sebuah restoran menawarkan malam yang santai dan mengesankan sebagai produk inti (Lundberg, 1993).

b. Produk Formal

Adalah bagian nyata dari suatu produk. Ini meliputi aspek-aspek fisik dari sebuah restoran dan dekorasi. Mutu pelayanan dan tipe restoran juga termasuk dalam produk formal (Lundberg, 1993).

c. Produk Tambahan

Meliputi layanan tambahan seperti, fasilitas pembayaran menggunakan kartu kredit, *valet parking*, layanan pemesanan tempat (Lundberg, 1993).



Gambar 2.5. Tiga level konsep produk untuk restoran
 Sumber : Lundberg (1993,p.257)

Berikut di bawah ini beberapa teori penunjang tentang elemen produk wisata kuliner menurut bagan di atas:

- Clark dan Wood (1999) menyatakan bahwa faktor-faktor yang berwujud (makanan dan minuman) lebih penting dari pada faktor-faktor yang tidak berwujud dalam pembentukan kesetiaan konsumen. Begitu pula menurut Brookes, elemen tambahan dari pengalaman berwisata kuliner hanya akan menjadi penting jika aspek utama dari faktor yang berwujud yaitu makanan dan minuman dapat diterima oleh konsumen (Sloan, 2004).
- Dekorasi dan desai sebuah restoran meliputi tata letak, pencahayaan, warna, dan spasi ruang yang nampak di seluruh area baik dalam maupun luar sebuah restoran (Walker dan Lundberg, 2005). Finkelstein menambahkan bahwa dekorasi dan suasana sebuah restoran membawa pesan kemegahan dan keaslian sebuah pengalaman makan (Sloan, 2004)
- Walker dan Lundberg (2005) menyoroti pentingnya ketersediaan nomor telepon restoran di buku petunjuk telepon bagi pelanggan yang ingin memesan tempat terlebih dahulu. Tampilan bangunan dan area parkir yang tersedia juga dianggap penting bagi pelanggan potensial.
- *Service* dari sebuah restoran bergantung padatipe restoran, maksudnya semakin mewah dan mahal sebuah restoran, tingkat



pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi (Walker dan Lundberg, 2005). Salah satu bentuk pelayanan yang baik adalah melatih para pelayan agar selalu memberi saran kepada konsumen tentang menu spesial dan menu sampingan (Granberg, 2003).

- Penentuan lokasi yang baik bagi suatu restoran bergantung pada tipe restoran. Apa yang baik bagi sebuah restoran belum tentu baik bagi restoran lain (Walker dan Lundberg, 2005). Lokasi restoran dapat berada di pusat perbelanjaan, di pusat kota, di perumahan, dll.

II.8. Tinjauan *Fashion*

II.8.1. Pengertian Busana

Menurut Arifah A. Riyanto. (2003), yang dimaksud dengan busana dalam arti umum adalah bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakai atau disampirkan untuk menutup tubuh seseorang. Dalam pengertian lebih luas sesuai dengan perkembangan peradaban manusia, khususnya bidang busana, termasuk ke dalamnya aspek-aspek yang menyertainya sebagai perlengkapan pakaian itu sendiri, baik dalam kelompok milineris (*millineries*) maupun aksesoris (*accessories*).

Dalam arti sempit busana dapat diartikan bahan tekstil yang disampirkan atau dijahit terlebih dahulu dipakai untuk menutup tubuh seseorang yang langsung menutup kulit ataupun yang tidak langsung menutup kulit seperti sarung atau kain dan kebaya, rok, blus, bebe, celana panjang atau pendek, kemeja, singlet, *BH* (bahasa Belanda), piyama, dan daster.

Pengertian busana dalam arti luas adalah semua yang kita pakai mulai dari kepala sampai dengan ujung kaki yang menampilkan keindahan meliputi :

1. Yang bersifat pokok seperti : kebaya dan kain panjang, sarung, rok, blus, *blazer*, bebe, celana rok, celana pendek atau celana panjang



(pantalon), *sporthem*, kemeja, *T-Shirt*, piyama, singlet, kutang, *BH*, rok dalam, bebe dalam.

2. Yang bersifat pelengkap seperti : alas kaki (khususnya sepatu, sandal, selop), kaus kaki, tas, topi, peci, selendang, kerudung, dasi, *scarf*, *syaal*, *stola*, ikat pinggang, sarung tangan, payung, yang dalam istilah asing disebut *millineries*.
3. Yang bersifat menambah seperti : pita rambut, sirkam, bondu, jepit hias, penjepit dasi, kancing manset (*manchet*), jam tangan, kaca mata, giwang, anting, kalung dan liontin, gelang tangan, gelang kaki, cincin, bros, mahkota, yang dalam istilah asing disebut *accessories*.

II.8.2. Kajian Busana

Kebutuhan akan busana pada individu atau sekelompok orang akan ditentukan oleh aktivitas yang dilakukan, perhatian akan berbusana, kondisi ekonomi, dan semakin kuatnya perkembangan mode busana, serta perkembangan teknologi. Menurut Prof.Dr.Koentjaraningrat teknologi merupakan salah satu unsur dari 7 unsur kebudayaan yang universal, yaitu:

1. Sistem religi dan upacara keagamaan,
2. Sistem dan organisasi kemasyarakatan,
3. Sistem pengetahuan,
4. Bahasa,
5. Kesenian,
6. Sistem dan pencaharian hidup, serta
7. Sistem teknologi dan peralatan.

Perkembangan teknologi berkaitan dengan gaya busana, yaitu mengenai teknologi pembuatan tekstil, yang akan mempunyai dampak pada perkembangan busana. Soerjono Soekanto,SH,MA. mengungkapkan, teknologi tersebut pada hakikatnya meliputi paling sedikit tujuh unsur, yaitu:



1. Alat-alat produktif,
2. Senjata,
3. Wadah,
4. Makanan dan minuman,
5. Pakaian dan perhiasan,
6. Tempat berlindung dan perumahan, serta
7. Alat-alat transportasi.

Menurut Soerjono Soekanto,SH,MA. tersebut di atas pakaian (busana) merupakan salah satu unsur dari teknologi. Untuk terealisasi adanya bahan untuk busana diperlukan teknologi pembuatan tekstil. Dalam studi mengenai difusi, tokoh utama aliran difusi dari Amerika Serikat Frans Boas (1858-1942) mengemukakan konsep tentang *marginal survival*. Konsep mengenai *marginal survival* itu merupakan benih bagi berkembangnya konsep mengenai *Cultural Area* yang dilakukan oleh Clark Wisaler (1877-1947).

II.9. Studi Preseden

II.9.1. Cihampelas Walk, Bandung



Cihampelas Walk, Bandung

Data umum proyek studi meliputi:

Nama Proyek : Cihampelas Walk
Kategori : Mall / Pusat Perbelanjaan
Lokasi : Jl. Cihampelas no. 160 Bandung



Arsitek : Fauzan Noe'man B.Arc, PT Birano
(Biro Arsitektur Ahmad Noe'man)

Tahun peresmian : 2004

Luas lahan : 3,5 hektar



Gambar 2.6. Site plan Cihampelas Walk
Sumber : Paper Runi Ayu Pramesti

Tanggapan kawasan

Cihampelas walk adalah sebuah mall dengan konsep mall terbuka yang didirikan ditengah-tengah areal terbuka (open air) dengan perpaduan antara gedung perbelanjaan modern dan suasana alam. Fasilitas yang disediakan mengarah ke wisata belanja dan kuliner modern, diproyeksikan menjadi one stop shopping yang digemari anak-anak, remaja, mahasiswa, eksekutif muda, dan keluarga. CiWalk dibagi dalam empat area dalam prinsip bangunan yaitu fasad bangunan, ruang dalam, ruang luar dan vegetasi.

1. Fasad Bangunan



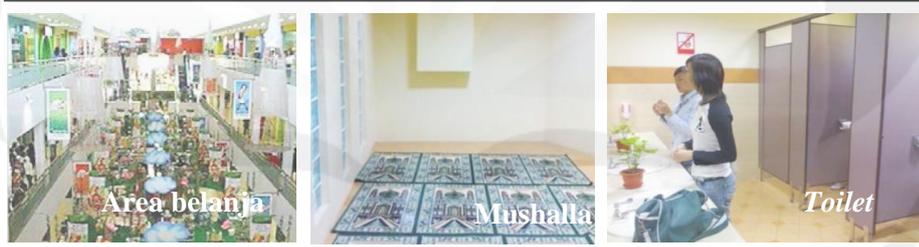
Gambar 2.7. Area mall utama CiWalk
Sumber : www.google.com/CiWalk



Masa Bangunan cenderung linier dengan bentuk memanjang ke arah horizontal, dengan fasad yang berkonsep minimalis modern dan perpaduan warna cerah. Pada area mall utama terdapat atrium yang diperuntukan untuk sirkulasi udara dan pemaksimalan sinar matahari. Dua area disisi area utama merupakan konsep dari penerapan *open air* (area terbuka), dengan tujuan yang berbeda yakni area sebelah kanan lebih dikenal dengan nama *Young Street* terdiri dari gerai dan toko anak-anak muda, sedangkan pada sisi kiri yang berada di kontur yang rendah dikenal dengan sebutan *Broadway* yang ditujukan untuk pengunjung dewasa.

2. Ruang Dalam

Mall dalam terletak pada lantai dasar berupa plaza yang berfungsi sebagai area sirkulasi dan area pameran, terdiri dari : *fashion, cafe, restaurant, foodcourt, bioscop, games* dan dilengkapi fasilitas-fasilitas pendukung lain seperti mushalla dan toilet.



Gambar 2.8. Interior CiWalk
Sumber : www.google.com /CiWalk

3. Ruang Luar

Pada area *broadway*, penataan pepohonan dan lampu-lampu jalan memberi kesan sejuk dan nyaman. Sedangkan area *young street* lebih mengarah ke pernak pernik anak muda dan remaja.



Gambar 2.9 Eksterior CiWalk
Sumber : www.google.com /CiWalk



Pola peletakan counter disebar pada area terbuka sehingga pengunjung dapat menikmati etalase toko dari luar. Pola sirkulasi dibuat mengikuti kontur yang telah ada dengan pandangan ke arah sungai cikapundung dan deretan permukiman disisi timur CiWalk.

4. Vegetasi

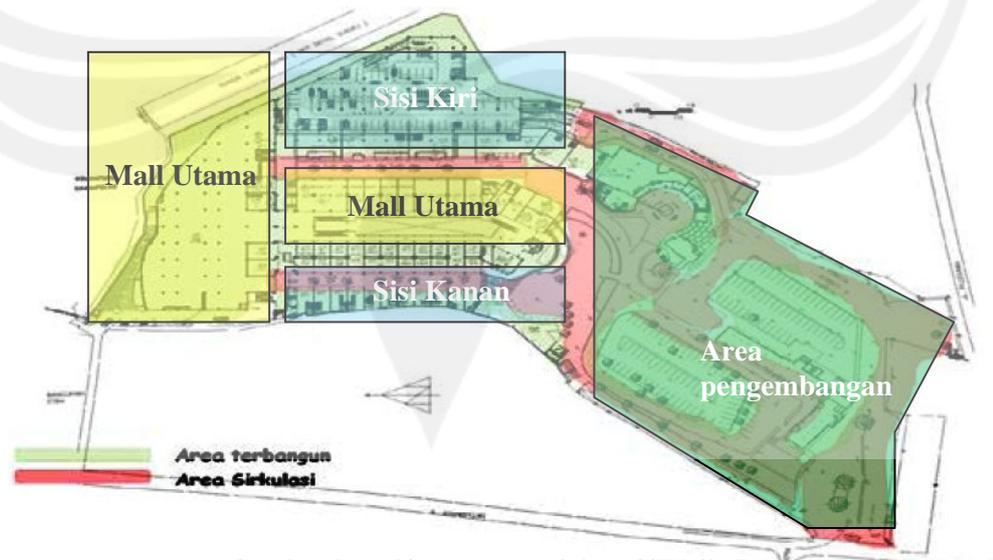
Memanfaatkan pepohonan yang telah ada sebagai pemisah sirkulasi dan sebagai area penyejuk dalam CiWalk ini, namun bila dilihat dari site plan kondisi ruang terbuka hijau di area ini masih terbilag kurang.



Gambar 2.10 Vegetasi area parkir CiWalk
Sumber : www.google.com /CiWalk

Konsep desain CiWalk, bandung

Konsep disain yaitu mengarah pada konsep ekologis dengan mengintegrasikan karakter fisik ekologi setempat yang meliputi tanah, topografi, air tanah,vegetasi.



Gambar 2.11 Site tata guna lahan CiWalk, Bandung
Sumber : Paper Runi Ayu Pramesti



Penataan vegetasi lebih banyak pada area-area pejalan kaki yang mana memberikan kesan sejuk dan segar sewaktu berbelanja atau wisata kuliner modern. Pohon pada site dimanfaatkan sebagai pemisah zona pembelian dengan zona sirkulasi.

Gambar 2.12 Vegetasi CiWalk
Sumber : wiedesignarch.blogspot.com

Konsep koridor gantung (Skywalk) menjadi aksen ciri khas yang dimiliki Cihampelas Walk yang mana sebagai penghubung atau jalur pejalan kaki untuk menuju anchor. Skywalk juga memberi kesan menyatu dengan alam dan vegetasi tapak karena koridor ini dirancang setinggi dengan vegetasi



Gambar 2.13 SkyWalk Ciwalk
Sumber : wiedesignarch.blogspot.com



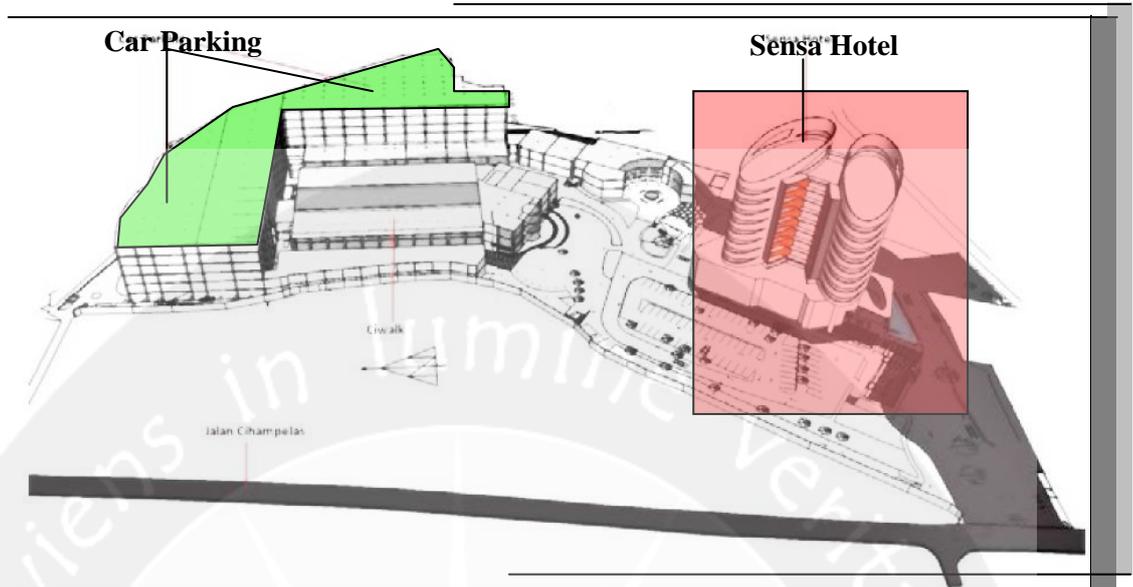
Gambar 2.14 Koridor CiWalk
Sumber : wiedesignarch.blogspot.com

Konsep koridor gantung (Skywalk) menjadi aksen ciri khas yang dimiliki Cihampelas Walk yang mana sebagai penghubung atau jalur pejalan kaki untuk menuju anchor. Skywalk juga memberi kesan menyatu dengan alam dan vegetasi tapak karena koridor ini dirancang setinggi dengan vegetasi

Retail di rancang mengikuti pola pedestrian yang interior retailnya dirancang agak menjorok ke dalam guna memberikan kesan eksklusif.



Gambar 2.15 Retail CiWalk
Sumber : wiedesignarch.blogspot.com



Gambar 2.16 Gubahan massa CiWalk
 Sumber : Paper Runi Ayu Pramesti

Komposisi ruang dan area terbuka didesain seimbang, yang mana keadaan ruang terbuka dan bangunan mengikuti peraturan pemerintah bandung yaitu luas bangunan 1/3 dari luas kawasan. Parkiran kendaraan berada pada lantai 3 area utama mall yang mana tidak mengganggu sirkulasi pedestrian kawasan, sedangkan sensa hotel merupakan pengembangan dari cihampelas walk yang menunjang perkembangan perekonomian kawasan ini.



Gambar 2.17 Atap CiWalk
 Sumber : wiesignarch.blogspot.com

- Material bangunan lebih mendominasi dengan beton sebagai penutup bangunan mall
- Vegetasi yang terkesan menyatu dengan lingkup bangunan mall



II.9.2. Paris Van Java, Bandung

Mall Paris Van Java (PVJ) ini merupakan *mall* yang terletak di Bandung dengan konsep *mall* terbuka. Seluruh *mall* ini menggunakan pengudaraan alami dan hanya sedikit yang menggunakan pengudaraan buatan. Pengudaraan buatan hanya terletak didalam toko dan sebagian koridor dalam, selebihnya koridor *PVJ* menggunakan pengudaraan alami.

Konsep *mall* terbuka dengan pengudaraan alami dan pencahayaan alami pada siang hari membuat *mall* ini dapat meminimalisasi penggunaan energi. Faktor lokasi juga berpengaruh dalam penerapan pengudaraan dan pencahayaan alami.



Gambar 2.18 Konsep *mall* terbuka PVJ
Sumber : www.google.com/ paris van java

Pada gambar 2.18. diatas memperlihatkan terdapat koridor yang tertutup. Area tersebut merupakan area entrance ke *PVJ*, sedang secara keseluruhan koridor di *mall* tersebut berkonsep terbuka dengan sentuhan vegetasi hijau.



Gambar 2.19 Konsep toilet alami PVJ
Sumber : www.google.com/ toilet paris van java