

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Pengertian dari pusat perbelanjaan adalah kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu untuk memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan pentan barang dagangan yang terekspose secara maksimal²⁰. Menurut International Council of Shopping Center (ICSC) tahun 2013, Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir.

Menurut situs online Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2012, pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks bangunan komersil yang dirancang dan direncanakan beserta retail-retail dan fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dalam aktifitas perdagangan yang diwadahnya. Aktifitas perdagangan dalam pusat perbelanjaan modern ini tidak disertai tawar

²⁰ Chiara, J. D. & Crosbie, M. J., 2001. *Time Saver Standart For Building Types*. 4th penyunt. Singapore: McGraw - Hill Book Co. hlm.119

menawar barang seperti halnya pasar tradisional. Pusat perbelanjaan modern merupakan pusat perbelanjaan dengan sistem pelayanan mandiri atau dilayani pramuniada, menjual berbagai jenis barang secara eceran. Pusat perbelanjaan modern biasanya terdiri dari tenant-tenant yang disewakan kepada pelaku usaha serta terdapat *anchor tenant* yang berupa departement store atau supermarket.

Menurut Aditya W. Fitrianto dalam artikel IAI 2006, *citywalk* sebenarnya tak lebih dari koridor jalan yang dikhususkan untuk deretan toko. Bedanya, jalan-jalan ini berada di lahan properti milik pengembang privat atau pengelolaannya dapat dikatakan berada dalam satu atap dan jalan-jalan tersebut diperuntukkan sebagai ruang publik. *Citywalk* hadir berupa koridor untuk pejalan kaki yang menghubungkan beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada. Koridor ini bersifat terbuka (tanpa AC) dan cukup lebar, berkisar 6 hingga 12 meter, tergantung jenis kegiatan yang akan diciptakan. Selain itu, beliau juga mengemukakan *citywalk* sebagai koridor komersial seharusnya dapat memberikan rasa nyaman dari iklim tropis yang ada di Indonesia seperti panas dan hujan misalnya. Aktivitas di *city walk* biasanya lebih ke arah gaya hidup yang sedang berkembang saat ini. Dan tempat nongkrong di kafe dan restoran sampai toko yang menjual pernak-pernik yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti barang teknologi, tempat bermain anak, olahraga, bioskop, hingga barang kerajinan. Persimpangan koridor *citywalk* pada suatu pusat perbelanjaan sering digunakan sebagai ruang terbuka untuk panggung pertunjukan. Ruang ini juga berfungsi sebagai penghubung atau penyatu massa bangunan yang biasanya terpecah. Fungsi kegiatan ini sangat membantu dalam mengundang pengunjung pada waktu tertentu seperti akhir minggu misalnya²¹.

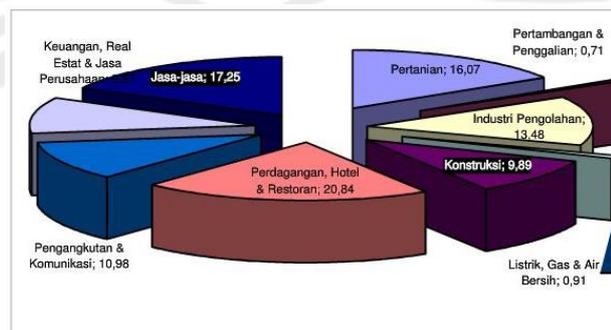
Berdasarkan pemahaman mengenai *citywalk* di atas dapat disimpulkan pusat perbelanjaan dengan konsep *citywalk* ini merupakan pusat perbelanjaan berbentuk pedestrian mall, yaitu sebuah pusat perbelanjaan

²¹ sony

yang retail-retail dan fasilitas pendukungnya dihubungkan oleh pedestrian berupa koridor terbuka dan bebas dari kendaraan.

Perkembangan minat dan potensi belanja masyarakat terjadi di Indonesia. Saat ini masyarakat Indonesia termasuk dalam kelompok masyarakat yang memiliki minat dan potensi belanja yang besar. Hal ini dapat di lihat dari makin bertambahnya kuantitas pusat-pusat perbelanjaan di Indonesia, baik berupa warung, toko, pasar, plaza, hingga mall. Bahkan saat ini jumlah pusat perbelanjaan di Indonesia semakin bertambah seiring dengan kebutuhan masyarakat akan sebuah tempat yang tidak hanya menawarkan fasilitas perdagangan, namun juga fasilitas lainnya .

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi terkenal dengan budaya, perdagangan, dan pendidikannya. Hal ini menyebabkan di DIY memiliki berbagai pusat perbelanjaan untuk mendukung aspek pendidikan dan budaya. Selain karena hal tersebut , berdasarkan perhitungan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) atas harga konstan, perekonomian Yogyakarta tahun 2012 tumbuh sebesar 5,16 %, lebih cepat dibanding tahun sebelumnya yang mencapai 4,88 %. Dari pertumbuhan tersebut yang andil terbesar berasal dari sektor perdagangan, hotel, dan jasa yaitu sebesar 20,84%.

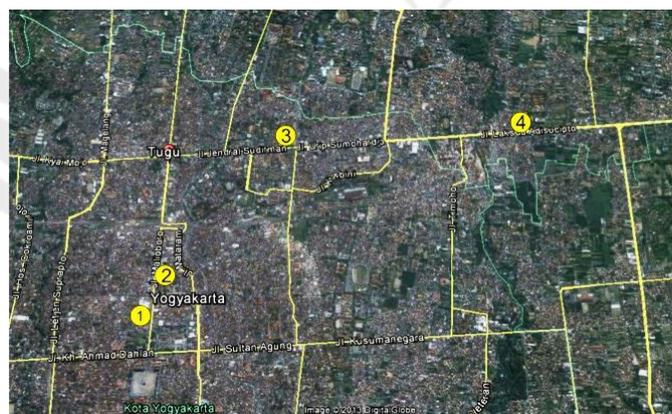


Gambar 1. 1 Persentase PDRB menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku di Provinsi D.I.Yogyakarta 2012

Sumber: BI dan BPS Provinsi D.I.Yogyakarta 2012

Perdagangan merupakan sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi DIY, sehingga pembangunan pusat perbelanjaan akan sangat mendukung pertumbuhan ekonomi DIY menjadi lebih baik lagi, dan juga sebaliknya pertumbuhan ekonomi yang bagus di Yogyakarta dapat mendorong lahirnya pusat perbelanjaan baru. Pusat perbelanjaan modern merupakan salah satu pendukung pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta hal ini dapat dilihat semakin tingginya minat masyarakat asli Yogyakarta maupun dari luar Yogyakarta terhadap pusat perbelanjaan modern. Meningkatnya kegiatan perekonomian khususnya dalam sektor perdagangan seringkali tidak disertai dengan pengadaan wadah yang ideal, menyangkut kondisi bangunan, suasana dan lokasi yang tidak sesuai dengan kegiatan tersebut.

Kriteria Pusat Perbelanjaan Modern di D.I. Yogyakarta berdasarkan simpulan pengertian pusat perbelanjaan modern di atas, yaitu tidak terjadi tawar-menawar dalam proses jual beli, sistem pelayanan mandiri, terdiri dari beberapa tenant/retail yang disewakan pada pelaku usaha untuk melakukan kegiatan perdagangan, terdapat *anchor tenant* (*departement store* atau *supermarket*), dan menjual berbagai jenis barang secara eceran.



KETERANGAN:	
1	Ramai Mall
2	Malioboro Mall
3	Galeria Mall
4	Ambarukmo Plaza

Gambar 1. 2 Sebaran Pusat Perbelanjaan Modern di D.I.Y

Sumber: Hasil Survei Penulis, 2013

Gambar di atas menunjukkan pusat perbelanjaan modern yang berada di D.I.Yogyakarta dengan kriteria pusat perbelanjaan modern yang telah disebutkan diatas. Dari 4 pusat perbelanjaan modern di D.I.Yogyakarta, 3

diantaranya terdapat di Kota Yogyakarta yaitu Ramai Mall, Malioboro Mall, Galeria Mall dan hanya 1 pusat perbelanjaan modern yang terdapat di Kabupaten Sleman yaitu Plaza Ambarukmo.

Tinjauan singkat tentang pusat perbelanjaan modern yang berada di D.I.Yogyakarta:

1. Ambarukmo Plaza

Ambarukmo plaza merupakan pusat perbelanjaan modern terbesar di DIY dengan luas bangunan Ambarukmo Plaza 120.000 m². Didirikan tahun 2006, lokasi Ambarukmo Plaza terletak di Jalan Lasada Adisucipto Kabupaten Selman. Plaza Ambarukmo dibangun dengan perpaduan konsep arsitektur klasik dan desain interior modern yang secara elegan.

2. Galeria Mall

Galeria mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta yang didirikan pada 8 Desember 1995. Luas bangunan Galeria Mall 5350 m², berlokasi di Jalan Jendran Suderman No.99-101, Yogyakarta. Galeria Mall dibangun dengan konsep dimana terdapat atrium dibagian tengah- tengah bangunan yang sering digunakan berbagai acara, seperti pameran ataupun acara hiburan. Atrium merupakan sebuah ruang tertutup, beratap transparan, serta berdimensi besar yang dapat meneruskan udara luar dan sinar matahari ke dalam ruangan .

3. Malioboro Mall

Malioboro Mall merupakan pusat perbelanjaan modern yang berada di kawasan Malioboro dengan luas bangunan 7.325 m². Malioboro Mall didirikan pada tahun 1993. Malioboro Mall dibangun dengan konsep modern mall yang menyatu dengan keberadaan masyarakat sekitar.

4. Ramai Family Mall

Ramai Family Mall berlokasi di kawasan Malioboro, tepatnya di Jalan Jendral A.Yani 73. Luas bangunan Ramai Mall 4.200 m² dan berdiri pada tahun 1991. Sama seperti Galeria Mall, Ramai Mall dibangun dengan konsep dimana terdapat atrium dibagian tengah-tengah bangunan yang sering digunakan berbagai acara, seperti pameran ataupun acara hiburan.

Dari tinjauan singkat tentang pusat perbelanjaan modern yang ada di Yogyakarta di ketahui bahwa belum ada pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta yang menghadirkan konsep *citywalk* dalam bangunannya, sehingga konsep *citywalk* ini akan menghadirkan suasana baru pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta .

Tabel 1. 1 Tabel Rata-Rata Jumlah Pengunjung 3 Pusat Perbelanjaan di D.I.Yogyakarta Modern Pada Akhir Pekan

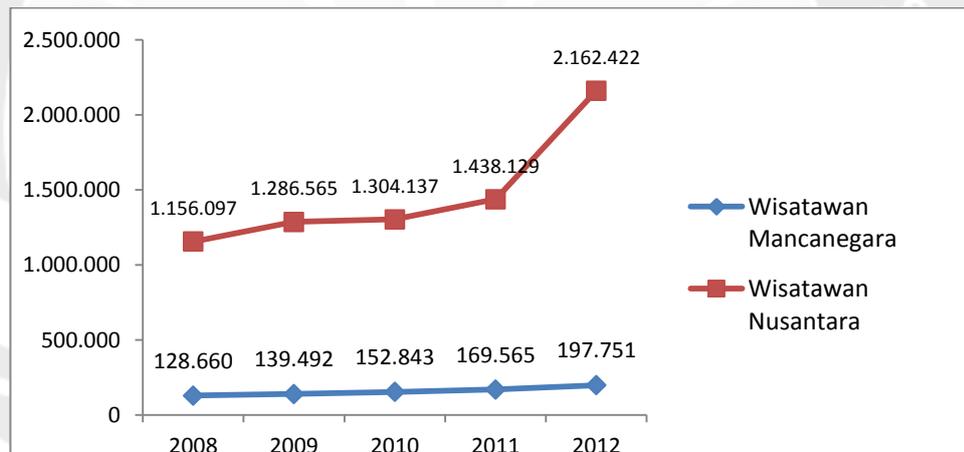
No	Nama Pusat Perbelanjaan	Jumlah Tenant	Rata-Rata Jumlah Pengunjung Akhir Pekan	Rata-Rata Jumlah Pengunjung Akhir Pekan Musim Liburan
1	Plaza Ambarukmo	242 tenant Anchor tenant: - departement store (centro) - supermaerket (carrefour) - foodcourt (taman sari) - bioskop (21 cineplex)	± 50.000 - ±60.000	± 60.000 - ± 72.000
2	Galeria Mall	65 tenant Anchor tenant: - departement store (matahari) - supermaerket (food market) - foodcourt (shuba food fest)	± 11.000	± 13.000
3	Malioboro Mall	68 tenant Anchor tenant: - departement store (matahari) - supermarket (HERO) - foodcourt (Food point)	± 30.000	± 40.000

Sumber: Pusat Informasi Pusat Perbelanjaan, 2013 dan Kedaulatan Rakyat Online”Wisatawan Padati Pusat Belanja”, Sabtu 19 Mei 2012

Berdasarkan data rata-rata jumlah pengunjung 3 pusat perbelanjaan modern terbesar di D.I.Y perbandingan jumlah pengunjung pada akhir pekan biasa dan jumlah pengunjung pada akhir pekan masa liburan

mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Jumlah pengunjung pusat perbelanjaan modern ketika musim liburan tiba akan meningkat 20-30 %.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pariwisata yang jumlah kunjungan wisatanya terus meningkat. Berdasarkan perhitungan Badan Pusat Statistik Provinsi Yogyakarta perkembangan kunjungan wisata selama tujuh tahun terakhir menunjukkan bahwa setiap tahun jumlah kunjungan rata-rata meningkat sebesar 5,8 persen. Jumlah kunjungan wisatawan asing mampu tumbuh di atas 10 persen per tahun, sementara wisatawan domestik tumbuh 5,6 persen per tahun. Peran strategis pemerintah dalam mendorong dan meningkatkan arus kunjungan wisata dapat dilakukan melalui strategi kebijakan pengembangan destinasi wisata (mencakup daya tarik, prasarana dan fasilitas), industri pendukung, serta promosi kegiatan wisata.



Gambar 1. 3 Grafik Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Menggunakan Jasa Akomodasi di D.I.Y

Sumber : Dinas Pariwisata D.I.Yogyakarta, Statistik Kepariwisata 2012

Sebagai dampak dari predikat daerah tujuan wisata tersebut, maka aspek rekreatif akan selalu melekat di sini. Selama ini kota Yogyakarta terkenal dengan kawasan Malioboro sebagai pusat perbelanjaan dan komersial yang selalu menjadi tujuan wisata utama bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Fasilitas komersial yang terfokus pada kawasan Malioboro ini jika dibiarkan akan mengakibatkan kawasan

tersebut kehilangan kontrol dan kendali yang pada akhirnya akan mengarah pada suatu perkembangan yang memberikan dampak kejenuhan bagi pariwisata kota ini. Untuk itu perlu dibangun beberapa kutub magnet positif yang dapat mengatasi dampak negatif pada kawasan Malioboro, sehingga mampu memecah konsentrasi tujuan wisata yang ada di pusat kota, untuk bisa meratakan pola tata ruang wisata kota Yogyakarta. Dengan dibangunnya pusat perbelanjaan modern dengan konsep *citywalk* yang belum ada di Yogyakarta diharapkan dapat menjadi tujuan baru wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

Peningkatan jumlah pengunjung pusat perbelanjaan modern di D.I.Yogyakarta pada musim liburan mengindikasikan bertambahnya jumlah wisatawan datang ke Yogyakarta yang mengunjungi pusat perbelanjaan sebagai tempat rekreasi dan belanja. Mengingat semakin bertambahnya wisatawan yang datang ke Yogyakarta dari tahun-ke tahun, maka pusat perbelanjaan modern yang tidak hanya menawarkan fasilitas belanja melainkan juga sebagai tempat rekreasi masih perlu dibangun lagi.

1.2. Latar Belakang Permasalahan

Dalam mengikuti perkembangan zaman, fungsi pusat perbelanjaan tidak sekedar sebagai tempat berbelanja, tetapi sudah merupakan tempat rekreasi bagi warga bersama keluarga. Maka pembangunan suatu pusat perbelanjaan saat ini tidak hanya menyediakan unit toko yang lengkap, melainkan juga harus dapat memberi kesan yang menyenangkan dan menarik dari segi arsitektur interior maupun eksteriornya. Disamping itu pusat perbelanjaan saat ini sebenarnya bukan hanya tempat untuk memenuhi kebutuhan primer saja, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Pertumbuhan cafe, ruko, distro, butik, dan lain sebagainya merupakan bentuk ruang tertutup yang secara tidak langsung saling berhubungan, sehingga menjadi satu bagian ruang publik dalam tata ruang yang tidak teratur.

Pusat perbelanjaan modern yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini adalah pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi segala kebutuhan pengunjungnya, baik dari segi komersil ataupun psikologi/ kenyamanan. Pusat perbelanjaan yang cenderung berupa bangunan tertutup akan menimbulkan kejenuhan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan berbelanja maupun ber-rekreasi, sehingga konsep *citywalk* diharapkan dapat menjadi jawaban atas kebutuhan masyarakat akan pusat perbelanjaan modern yang tidak hanya memenuhi kebutuhan berbelanja tetapi juga kebutuhan untuk ber-rekreasi. Konsep *citywalk* ini akan menghadirkan ruang terbuka yang aman dan nyaman bagi pengunjung. Konsep *citywalk* pada pusat perbelanjaan modern juga dapat menjadi alternatif ruang terbuka publik bagi pengunjung yang ingin hanya berjalan-jalan sambil menikmati pemandangan luar.

Meninjau tersedianya pusat perbelanjaan di Yogyakarta yang ada saat ini dengan konsep bangunan tertutup, menyebabkan ruang terbuka publik semakin tidak diperhatikan. Masyarakat lama kelamaan akan jenuh dengan makin banyaknya pusat perbelanjaan yang sifatnya cenderung tertutup dan monoton. Sedangkan *citywalk* sebenarnya tak lebih dari sebuah ruang terbuka yang dikhususkan sebagai sentral perdagangan dan perbelanjaan. Beberapa kota-kota besar di Indonesia sempat memiliki beberapa ruas jalan dengan suasana perbelanjaan yang khas seperti, Jakarta dengan Pasar Baru, Jalan Lintas Melawai, Bandung dengan Ciampelas Walk, dan Yogyakarta dengan Malioboronya. Bedanya, jalan-jalan itu milik publik, sedangkan *citywalk* berada di lahan properti milik pengembang privat yang diperuntukkan sebagai ruang publik²².

Konsep *citywalk* ini akan menghadirkan suasana baru pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta karena belum ada pusat perbelanjaan modern di Yogyakarta yang menghadirkan konsep *citywalk* dalam

²² Harwantono, P., 2009. Laporan Perancangan Tugas Akhir *City Walk Di Pusat Kota Yogyakarta Revitalisasi Kawasan Heritage Ke Dalam Bangunan City WALK*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. Hlm 7

bangunannya. Konsep *citywalk* sangat erat kaitannya dengan penataan ruang luar suatu bangunan, karena pembentuk dari suasana *citywalk* dalam bangunan merupakan ruang luar bangunan yang berfungsi sebagai penghubung antar fungsi-fungsi yang terdapat dalam bangunan tersebut. Penataan ruang luar pada pusat perbelanjaan berkonsep *citywalk* sangat berbeda dengan penataan ruang luar dengan pusat perbelanjaan dengan konsep bangunan tertutup. Pada pusat perbelanjaan modern berkonsep *citywalk*, tata ruang luar bangunan di gunakan sebagai pedestrian yang menghubungkan beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada.

Ruang luar merupakan bagian dari bangunan sekaligus bagian dari alam yang sengaja dirancang oleh manusia dengan tujuan untuk keseimbangan antara alam dan aktivitas manusia. Ruang luar dapat dianggap sebagai ruang perantara yang pertama kali dilihat manusia saat memasuki halaman atau sebelum manusia memasuki ruang interior bangunan. Ruang luar dapat difungsikan untuk mendukung tampilan dan fungsi bangunan.

Penampilan ruang luar sangat penting, desain pelingkup ruang luar bangunan bukan hanya sebuah penampilan visual. Hal ini merupakan pengintegrasian antara ilmu fisika dengan ilmu material serta pengintergrasian bahan, sifat material, dan prinsip-prinsip mendesain. Memerlukan pemahaman dasar bangunan dan konsekuensi konstruksi. Hal ini merupakan titik temu ilmu pengetahuan, seni, bahan, konstruksi, dan berbagai faktor lainnya dimana desain dan teknologi, seni dan ilmu arsitektur menjadi pelengkap dalam mendesain ruang luar bangunan²³.

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana wujud penataan ruang luar bangunan Pusat Perbelanjaan Modern di Yogyakarta dengan pendekatan design *Citywalk*?

²³ C.Keith Boswell, F., 2013. Exterior Building Enclosures. New Jersey: Jonh Wiley & Sons, Inc.hlm 1

1.4. Tujuan dan Sasaran

1.4.1. Tujuan

Menghasilkan rancangan bangunan Pusat Perbelanjaan Modern di Yogyakarta sebagai tempat berbelanja dan sarana rekreasi yang bersuasana *Citywalk* melalui pengolahan tatanan ruang luar.

1.4.2. Sasaran

- Mengaplikasikan konsep *citywalk* ke dalam bangunan melalui penataan ruang luar yang berupa koridor terbuka sebagai penghubung beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada.
- Mewujudkan rancangan pusat perbelanjaan modern yang dapat memenuhi kebutuhan berbelanja dan ber-rekreasi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dengan suasana *citywalk*.
- Mengolah tatanan ruang luar melalui desain pedestrian, taman, dan furniturnya dengan menerapkan unsur-unsur yang membentuk suasana *citywalk*.

1.5. Lingkup Studi

1.5.1. Materi Studi

a. Lingkup Substansial

Bagian-bagian ruang luar pada obyek studi yang akan diolah sebagai penekan studi adalah suprasegmen arsitektur- yang mencakup bentuk, jenis bahan, warna, tekstur, dan ukuran/skala/proporsi-pada elemen-elemen pembatas, pengisi, dan pelengkap ruangnya.

b. Lingkup Spatial

Bagian-bagian obyek studi yang akan diolah sebagai penekanan studi adalah ruang luar.

c. Lingkup Temporal

Rancangan ini diharapkan akan dapat menjadi penyelesaian penekanan studi untuk kurun waktu 20 tahun.

1.5.2. Pendekatan Studi

Penyelesaian penekanan studi akan dilakukan dengan konsep *citywalk*.

1.6. Metode Studi

1.6.1. Pola Prosedural

a. Metode Pengumpulan Data

a.1. Studi literatur

Yaitu melakukan telaah kepustakaan berupa kajian teori dan informasi data yang berkaitan dengan obyek studi baik yang bersumber dari buku maupun internet.

a.2. Survey lapangan

Yaitu dengan melakukan tinjauan lapangan dari lokasi yang dipilih untuk menjadi site bangunan pusat perbelanjaan modern. Tinjauan dilakukan untuk mengetahui kondisi site dalam hal kontur, arah angin/kualitas udara, cahaya matahari, utilitas, kebisingan dan lingkungan sekitar site yang didokumentasikan dengan foto-foto.

a.3. Studi Komparasi

Yaitu dengan mencari bangunan-bangunan lain yang memiliki tipologi sama dengan obyek studi atau yang menerapkan konsep-konsep city walk untuk dijadikan sebagai preseden dalam merancang bangunan pusat perbelanjaan modern.

Tabel 1. 2 Tabel Data Yang Diperlukan dan Sumber Data

No	Data yang Diperlukan	Sumber Data
1	Pertumbuhan Ekonomi D.I.Y	Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka 2012
2	Presentase PRDB menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga yang	BI dan BPS Provinsi D.I.Yogyakarta 2012

	Berlaku D.I. Yogyakarta	
3	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan di D.I.Yogyakarta	Dinas Pariwisata D.I.Y, Statik Kepariwisataan 2012
4	Tinjauan pusat Perbelanjaan Modern di D.I.Yogyakarta - Data tenant di setiap pusat perbelanjaan	Pengelola Pusat Perbelanjaan (Bagian Informasi) Observasi langsung pada pusat perbelanjaan
5	Tinjauan Tata Ruang Luar	Studi Literatur (Studi Pustaka tentang buku ruang luar)
6	Tinjauan Citywalk	Studi Literatur - Artikel - Journal Arsitektur

Sumber: Analisis Penulis, 2013

b. Metode Analisis Data

b.1. Analisis Programatik

Analisis Programatik terdiri atas :

- analisis sistem manusia : analisis ini menguraikan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pelaku atau pengguna bangunan (sasaran pemakai), dan persyaratan-persyaratan pemakai seperti kebutuhan sensorik, kebutuhan sosial, kebutuhan spasial dan kebutuhan lokasional.
- analisis fungsional : menganalisis permasalahan kebutuhan ruang (jenis dan besaran ruang), hubungan ruang, organisasi ruang.
- analisis tapak : analisis ini meliputi analisis aksesibilitas, analisis penghawaan, pencahayaan dan kebisingan, analisis view dan orientasi, dan analisis zoning tapak.
- Analisis aklimitasi ruang : analisis ini mencakup penghawaan ruang, pencahayaan ruang dan akustika ruang.
- Analisis struktur dan konstruksi : analisis ini mencakup sistem struktur serta analisis konstruksi dan bahan bangunan.

- Analisis utilitas bangunan : analisis ini meliputi sistem drainase, sistem komunikasi, utilitas kebakaran, sistem penangkal petir, sistem jaringan listrik.

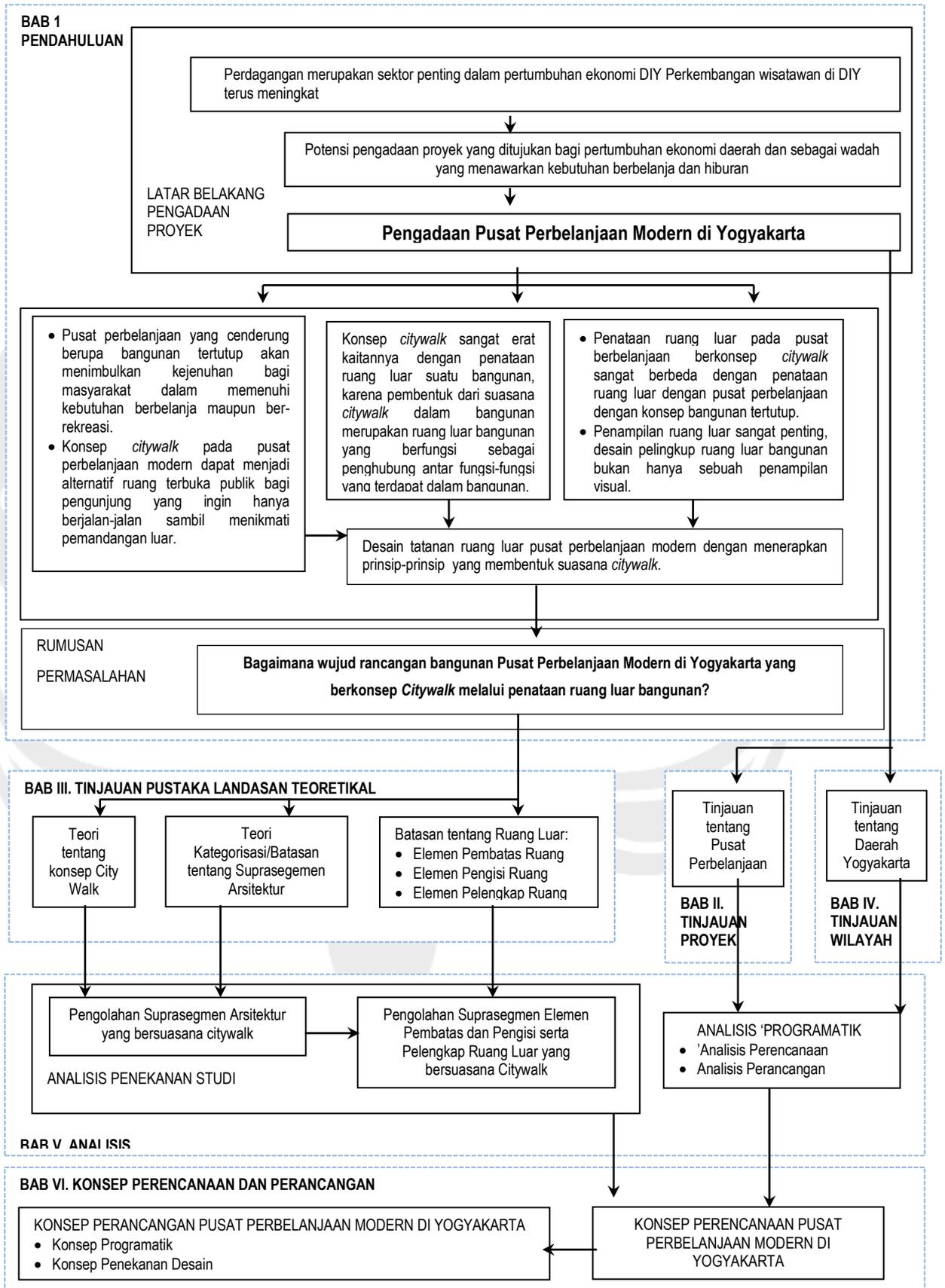
b.2. Analisis Penekanan Studi

Analisis ini meliputi analisis wujud dari target studi, analisis ciri konseptual dari penekanan studi dan analisis.

c. Metode Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan analisis tentang prinsip-prinsip dalam konsep citywalk maka tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Metode yang digunakan untuk menarik kesimpulan ini adalah dengan cara deduktif, yakni pembahasan dari hal-hal yang bersifat umum ke khusus. Kesimpulan ini digunakan sebagai dasar konsep perancangan dengan tujuan untuk menguraikan hasil akhir dalam bentuk gambar-gambar perancangan yang menerapkan hasil analisis programatik dan penekanan studi.

1.6.2. Tata Langkah



1.7. Keaslian Penelitian

Penelitian yang terkait dengan penelitian ini yaitu perencanaan dan perancangan pusat perbelanjaan modern (shopping mall) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. 3 Tabel Keaslian Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul dan Tahun	Perguruan Tinggi	Fokus
1	Anton Budiyo S	Shopping Mall Di Yogyakarta Sebagai Pusat Fasilitas Perbelanjaan Dan Rekreasi yang Terpadu, 2003	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Mewujudkan wadah fisik dari suatu pusat perbelanjaan dengan mengintegrasikan fungsi utamanya sebagai pusat perbelanjaan dengan kegiatan yang bersifat rekreasi ataupun hiburan. Tujuan khusus rancangan ini adalah menyelesaikan masalah sirkulasi bangunan sehingga bisa menyaukan fungsi perbelanjaan dan rekreasi.
2	Indah Ifriyanti	Shopping Mall Di Yogyakarta “Pusat Perbelanjaan & Rekreasi”, 2004	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan merancang ruang dalam dan ruang luar Shopping Mall yang berfungsi sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi melalui pendekatan prinsip-prinsip sirkulasi yang rekreatif.
3	Ilham Pradana	City Walk Di Yogyakarta “Integrasi Fasilitas Komersial Denagan Ruang Terbuka Publik Dengan Pendekatan Arsitektur Lanscraper”, 2011	Jurusan Teknik Arsitektur Dan Perencanaan Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan Merancang City Walk yang mengintegrasikan fasilitas Komersial dengan Ruang Terbuka Publik yang sanggup memenuhi tuntutan kebutuhan gaya hidup dan pariwisata masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas ruang kota Yogyakarta dengan pendekatan arsitektur Lansscraper yang ramah lingkungan.

4	Normansyah	Shopping Plaza di Kota Malang “Sebagai Penunjang Pariwisata Dan Tren Gaya Hidup Masyarakat Urban Kota Malang” Pendekatan Arsitektur Hijau, 2010	Jurusan Teknik Arsitektur Dan Perencanaan Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan merancang bangunan shopping plaza yang dapat memenuhi kebutuhan tren gaya hidup urban dan pariwisata di Kota Malang yang dapat menghemat energi dan sumber daya alam, serta memiliki dampak lingkungan yang kecil dengan menerapkan konsep green architecture dalam desainnya.
5	Aninda Shoufhia	Mega Mall Di D.I. Yogyakarta, 2003	Fakultas Teknik Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Menghasilkan sebuah citra wadah kegiatan aktivitas perbelanjaan dan rekreasi melalui ungkapan fisik, sehingga mampu menghasilkan suatu cerminan karakter kegiatan aktivitas belanja dan rekreasi yang diwadahnya.
6	Sri Widadi	Integrated Mall di Surakarta “Fasilitas Perbelanjaan Sebagai Bentuk Perpaduan Antara Mal Terbuka dan Mal Tertutup yang Mengedepankan Aspek Rekreatif”, 2004	Fakultas Teknik Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Menciptakan konsep perancangan arsitektur bangunan fasilitas perbelanjaan yang merupakan bentuk integrasi dari mal tertutup dan mal terbuka dengan mengedepankan aspek rekreatif melalui penataan sirkulasi agar efektif, efisien dan atraktif serta mengolah lansekap untuk menciptakan suasana yang rekreatif.
7	Efrian Riyadi	Shopping Mall Di Kalimantan Tengah “Sebagai Fasilitas Perbelanjaan Moderen Dalam Konteks Kawasan Bundaran Besar	Fakultas Teknik Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan Merancang fasade bangunan yang mampu menampilkan citra bangunan shopping mall yang memiliki kekhasan dan keunikan bangunan tradisional Dayak dengan perpaduan unsur-unsur lokal yang selanjutnya akan

		Dengan Penekanan Fasade, Sirkulasi, dan Signage”, 2003		menjadi ciri bangunan rekreatif dn moderen, seerta menata sistem sirkulasi yang terorganisir, untuk menata sirkulasi ruang dalam dan ruang luar yang searah, mudah, menarik, dan nyaman bagi pengunjung.
8	Prista Lenora Titisari	Shopping Street Di Jepara “Sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi yang Mampu Mendukung Sektor Perdagangan, Khususnya Industri Kerajinan Ukir”, 2004	Fakultas Teknik Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan merancang tata fisik shopping street di kawasan sentra ukir di Tahunan, selain sebagai sarana belanja juga sebagai sarana rekreasi dengan mengacu pada citra bangunan yang konstektual terhadap arsitektur lokal sehingga mampu menciptakan desain shopping street yang unik, dan berbeda dengan fasilitas yang sama di tempat lain, dengan menciptakan detail-detail arsitektur dan pemilihan bahan yang tepat .
9	Ana Sutriana	Shopping Street Di Kawasan Tanjung Bunga Makasar “Sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Dengan Penekanan Pada Ruang Terbuka , Sirkulasi, dan Fasade”	Fakultas Teknik Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Gajah Mada Yogyakarta	Merencanakan dan menrancang pusat perbelnajaan dan rekreasi dengan konsep ruang terbuka pada bangunan maupun lingkungan sekitarnya sebagai bangunan komersial yang juga berfungsi dalam kegiatan wisata dan rekreasi yang erat kaitannya dengan iklim yang ada, serta penataan sirkulasi agar aksesibilitas pengguna dapat tercapai dengan mudah dan perencanaan fasade pada bangunan yang dapat memenuhi tuntutan sesuai

				dengan fungsi utamanya sebagai bangunan komersil yang erat hubungannya antara kegiatan perbelanjaan dan rekreasi yang terletak di kawasan tepian air.
10	Wira Andyanto	Kudus Shopping Center dengan Penekanan Arsitektur Regionalisme, 2009	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta	Mewujudkan konsep rancangan desain Kudus Shopping Center sebagai suatu bangunan pusat perbelanjaan yang nantinya dapat diterima oleh masyarakat Kudus secara umum melalui pendekatan desain bangunan yang mampu mengangkat dan melestarikan budaya Kudus dengan menerapkan konsep regionalisme pada bangunan.
11	Teguh Tri Nugroho	Mall di Kota Purwodadi (Penekanan pada Urban Space), 2009	Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta	Merencanakan dan merancang mall agar dapat memberikan point of interest Kota Purwodadi dengan menerapkan urban space pada mall agar berintegrasi dan seimbang dengan kondisi lingkungan sekitarnya dan sekaligus memberikan kenyamanan bagi pejalan kaki.
12	Dora Indrianty Nasution	Shopping Green Mall, 2007	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro Semarang	Merencanakan dan merancang sebuah fasilitas komersial sebagai tempat berbelanja sekaligus refreshing yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas tempat hiburan dan taman hijau yang diharapkan dapat menjadi icon baru di kota Semarang dan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi pada sektor

				perdagangan dan jasa disekitarnya disamping untuk pengembangan wisatawan dalam kota.
13	Rr. Sarah Ladytama	Shopping Mall di Bukit Semarang Baru (Berkonsep Nuasa Taman Dengan Penekanan Desain Arsitektur Post Modern),2010	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro Semarang	Merencanakan dan merancang sebuah pusat perbelanjaan modern di Kawasan Semarang Barat tepatnya di Bukit Semarang Baru yang diharapkan dapat menjadi alternative dalam upaya menghidupkan serta daya tarik kawasan tersebut, sehingga dapat sedikit memecahkan konsentrasi public di Kawasan Kota yang sudah terlalu padat dengan berbagai kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Penekanan desain bangunan pusat perbelanjaan ini adalah ArsitekturPost Modern dengan nuasa taman.
14	Nenny Hikmawati	Shopping Mall di Jakarta Barat, 2004	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro	Upaya pemenuhan kebutuhan akan fasilitas perbelanjaan di Jakarta Barat, yang selain mampu melayani kebutuhan masyarakatnya, juga mampu mengurangi permasalahan kota khususnya dalam hal kepadatan lalu-lintas dan parkir.
15	Yuan Samba Vianiza	Shopping Mall di Kota Tegal, 2003	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro	Merencanakan dan merancang shopping mall di Kota Tegal sebagai suatu pusat perbelanjaan yang tidak hanya menampung aktivitas belanja tetapi juga

				menyediakan fasilitas hiburan terutama untuk anak-anak dan remaja. Karakter bangunan yang ditampilkan dalam perancangan shopping mall di Kota Tegal adalah hasil pendekatan desain arsitektur Morphosis.
16	Pranantyo Harwanto	City Walk Di Pusat Kota Yogyakarta <i>Revitalisasi Kawasan Heritage Ke Dalam Bangunan City Walk, 2009</i>	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia Jogjakarta	Memperoleh sebuah rumusan konsep perencanaan tata ruang dalam dan tata ruang luar pada city walk sebagai pusat perbelanjaan yang di dalamnya terdapat bangunan heritage yang di transformasikan kedalam bangunan utama sehingga mampu menghadirkan suasana perdagangan yang nyaman, kreatif dan pendidikan.

Perbedaan dari proyek tersebut dengan proyek dari penulis ialah adanya perbedaan fokus landasan arsitekturnya, dimana fokus penulis adalah menghasilkan rancangan gedung Pusat Perbelanjaan Modern (Shopping Mall) di Yogyakarta sebagai tempat berbelanja dan sarana rekreasi yang bersuasana *Citywalk* melalui pengolahan tatanan ruang luar. Pengolahan tatanan ruang luar melalui desain sirkulasi pejalan kaki maupun kendaraan ,pedestrian, taman, dan furniturnya yang berupa koridor terbuka sebagai penghubung beberapa fungsi komersial dan ritel yang ada, dengan menerapkan unsur-unsur pembentuk suasana *citywalk*.

1.8. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, keaslian penelitian, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran serta metode pembahasan

BAB II Tinjauan Pusat Perbelanjaan Modern

Berisi pengertian obyek studi, fungsi dan tipologi obyek studi, tinjauan terhadap obyek sejenis (preseden), persyaratan kebutuhan/tuntutan, standar-standar perencanaan dan perancangan yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan.

BAB III Tinjauan Konsep Citywalk dan Tata Ruang Luar

Berisi tinjauan pustaka dan landasan teoritikal tentang materi studi berupa teori tata ruang luar , tinjauan pustaka dan landasan teoritikal tentang target studi berupa konsep citywalk.

BAB IV Tinjauan Wilayah D.I.Yogyakarta

Berisi tinjauan umum wilayah D.I.Yogyakarta (batas wilayah dan kedudukan administratif wilayah) , kondisi Geografis (arah angin, kecepatan angin, curah hujan, terang langit), norma atau kebijakan otoritas wilayah terkait (tata ruang kawasan dan tata bangunan), kriteria pemilihan lokasi.

BAB V Analisis Perencanaan dan Perancangan

Berisi analisis kegiatan dan pelaku kegiatan, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang, analisis hubungan antar ruang, analisis site, analisis penekanan studi dengan konsep citywalk, analisis penataan ruang luar, analisis utilitas, dan analisis sistem struktur.

BAB VI Konsep Perencanaan dan Perancangan

Berisi konsep programatik yang mencakup persyaratan-persyaratan perencanaan, konsep lokasi dan tapak, konsep perencanaan tapak, serta konsep penekanan studi.