

PERANCANGAN MALL DENGAN TEMA CITYWALK OBLIQUE DI KOTA BARU PARAHYANGAN

Deriawan Handika¹, Utami²

¹ Jurusan Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung

Email: deriawan86@mhs.itenas.ac.id

ABSTRAK

Kota Baru Parahyangan merupakan sebuah kota mandiri yang berada di kabupaten Bandung Barat, memiliki visi membangun sebuah kota berwawasan mandiri dengan memadukan 3 unsur yaitu sejarah, budaya, dan ilmu pengetahuan yang dimasukkan ke dalam fasilitas sebuah kota tersebut. Sebagai wilayah yang berkembang, maka Kota Baru Parahyangan dilengkapi fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan di area tersebut. Salah satunya berupa bangunan komersial pusat perbelanjaan atau Mall. Perancangan arsitektur bangunan ini menerapkan tema "Citywalk" dengan olahan fasilitas pejalan kaki di area lansekap bangunan. Perencanaan arsitekturnya berorientasi pada pemanfaatan ruang hijau. Olahan visual dari pusat perbelanjaan memiliki peran penting untuk menjadikan bangunan yang unik serta banyak diminati. Untuk itu perancangan arsitektur ini menggunakan tambahan tema "Oblique", yaitu penggunaan elemen bentuk miring. Penerapan tema "Oblique" dalam bangunan tercermin pada olahan massa bangunan dan fasade dengan bentuk miring, diagonal, jajaran genjang. Hal ini akan berpengaruh pada penataan ruang dalamnya yang dinamis. Harapannya dengan penerapan "oblique" ini dapat memberikan suasana informal rekreatif bagi pengunjung Mall.

Kata kunci: Citywalk, Komersial, Oblique, Shopping Mall

ABSTRACT

Kota Baru Parahyangan is an independent city located in West Bandung district, with a vision to build a city with an independent perspective by combining 3 elements, namely history, culture, and science that are incorporated into the facilities of a city. As a developing area, Kota Baru Parahyangan is equipped with facilities that can support the needs of the area. One of them is a commercial building, a shopping center or a mall. The architectural design of this building applies the theme "Citywalk" with processed pedestrian facilities in the building landscape area. The architectural planning is oriented towards the use of green space. The visual processing of the shopping center has an important role to make the building unique and much in demand. For this reason, this architectural design uses an additional "Oblique" theme, namely the use of oblique elements. The application of the "Oblique" theme in the building is reflected in the processing of the building mass and facade with slanted, diagonal, and parallelogram shapes. This will affect the dynamic interior layout. It is hoped that the implementation of "oblique" can provide an informal recreational atmosphere for Mall visitors.

Keywords: 1st Citywalk, 2nd Commercial, 3rd Oblique, 4th Shopping Mall

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat untuk menunjang kehidupan sosial kini semakin banyak, seperti adanya fasilitas perkantoran, perhotelan, dan pusat perbelanjaan. Salah satu fasilitas yang banyak mengalami perkembangan dan juga dibutuhkan oleh masyarakat terutama masyarakat moderen adalah pusat perbelanjaan. Pusat perbelanjaan itu sendiri merupakan bangunan yang terdiri dari beberapa toko, yang dapat berfungsi juga sebagai ruang publik tempat masyarakat melakukan interaksi sosial, melakukan pertemuan, bahkan menjadi tempat rekreasi bagi keluarga.

Perkembangan pusat perbelanjaan berawal dari pasar tradisional hingga pasar *modern* berupa supermarket, lalu muncul gerai modern atau *departement store*. Perkembangan lebih lanjut adalah kecenderungan menjadikan pusat-pusat perbelanjaan sebagai pusat hiburan. Terdapat berbagai restoran baik internasional, nasional, maupun lokal, kafe-kafe yang banyak digemari anak muda, wahana bermain anak, sarana olahraga sampai toko buku. Penggabungan pusat belanja dan fasilitas hiburan akan menarik pengunjungnya untuk melakukan berbagai kegiatan, seperti makan malam atau berbelanja dengan suasana terbuka. Fenomena ini memunculkan konsep pusat perbelanjaan baru yang dinamakan dengan *Citywalk*. Konsep *Citywalk* merupakan pusat perbelanjaan yang penataan bangunannya mengelilingi area pejalan kaki dengan tujuan memberikan suasana baru dan kenyamanan bagi pejalan kaki.

Olahan fasad dari pusat perbelanjaan itu sendiri memiliki peran penting untuk menjadikan bangunan yang unik serta banyak diminati. Bentuk bangunan yang unik dan jarang ditemukan dapat menjadi *iconic* bagi wilayah itu sendiri, salah satunya bentuk yang miring atau dapat juga disebut *oblique*.

2. EKSPLORASI DAN PROSES RANCANGAN

2.1 Definisi Proyek

Citywalk secara harfiah terdiri dari 2 kata yaitu *city* dan *walk*. *City* memiliki arti kota, didalam kota, sedangkan *walk* adalah jalur, jalan. Maka, *Citywalk* dapat diartikan sebagai jalur pejalan kaki di dalam kota. Jalur tersebut dapat terbentuk karena adanya deretan bangunan ataupun lansekap berupa tanaman, *Citywalk* merupakan area pejalan kaki dengan adanya sarana perbelanjaan yang lengkap.

Oblique /obl·iqu·e/: 1 serong, tidak langsung, miring, cenderung, gendeng, Mencong. *Oblique* memiliki arti yaitu miring. Dalam ilmu Arsitektur, *Oblique* adalah sebuah teknik gambar paraline yang menggunakan permukaan yang horisontal atau vertikal dari sebuah gambar sebagai bidang dasar.

Shopping Mall merupakan pusat perbelanjaan yang berintikan satu dan beberapa department store besar sebagai daya Tarik 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 antar pengunjung dan pedagang.

Menurut Maitland (1985), Pusat Perbelanjaan *Modern* atau *Mall* adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa department store besar sebagai daya tarik terhadap 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 Pusat Perbelanjaan *Modern (Mall)*, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan penjual.

Menurut Rubenstein (1978), Mall adalah sebagai suatu area pergerakan dengan pola linier pada suatu area pusat bisnis kota atau *Central Business Distric (CBD)* yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki, berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.

2.2 Lokasi Proyek

Nama Proyek : Bangunan Komersial Perbelanjaan
Sifat : Semi Nyata

Owner	: Swasta
Sumber Dana	: Swasta
Lokasi	: Kota Baru Parahyangan
Luas Bangunan	: ± 26.400 m ²
KDH Minimum	: 30 % dari luas persil (Permen PU 29/2006)
KDB	: 50%
KLB	: 1
GSB Arteri	: 20 m
GSB Sekunder Timur	: 15 m
GSB Sekunder Selatan	: 15 m
Lebar Jalan di Utara Site	: 24 m
Lebar Jalan di Timur Site	: 20 m
Lebar Jalan di Selatan Site	: 12 m

2.3 Definisi Tema

Citywalk Oblique Building merupakan desain bangunan yang memiliki konsep *Citywalk* dengan menerapkan bentuk '*oblique*' pada desain bangunannya. Konsep *Citywalk* merupakan konsep pada sebuah kota yang berorientasi untuk pejalan kaki dan ruang terbuka sebagai ruang publik. *Citywalk* untuk kepentingan umum merupakan area yang dimiliki publik sedangkan *Citywalk* pada pusat perbelanjaan modern adalah menerapkan konsep *Citywalk* pada kota kedalam skala yang lebih kecil, berupa tempat untuk berekreasi sekaligus berbelanja dan berada di lahan properti pengembang privat yang diperuntukan sebagai ruang publik. Tema *Oblique* pada konsep ini diterapkan pada bentuk bangunan yaitu terdapat unsur miring, seperti arti *Oblique*.

2.4 Elaborasi Tema

	MALL	CITYWALK	OBLIQUE
MEAN	Mall yang dibangun pada suatu kawasan, terdiri dari fasilitas restoran, fashion, hiburan, dll.	Citywalk merupakan konsep perpaduan jalur pejalan kaki dengan bangunan pada mall.	Oblique merupakan penerapan permukaan miring pada fasade dan dinding bangunan.
PROBLEM	Menerapkan konsep <i>Citywalk Oblique</i> pada lahan berkontur.	Penataan konfigurasi bangunan mall terhadap streetscap untuk konsep <i>Citywalk</i> .	Penggunaan struktur yang tepat pada fasade dan dinding bangunan.
FACT	Lokasi Proyek berada di wilayah pengembangan yaitu di KBP.	<i>Citywalk</i> pada pusat perbelanjaan digunakan sebagai ruang terbuka untuk penghubung antar masa bangunan.	Pada saat ini konsep <i>Oblique</i> di daerah KBP belum ada.
NEEDS	Diperlukannya mall yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di KBP dan sekitarnya.	Kebutuhan ruang luar pada masa pandemic sangat tepat untuk konsep <i>Citywalk</i> .	Diperlukannya bentukan mall yang unik untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.
GOALS	Menciptakan sebuah pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di KBP dan sekitarnya dengan menerapkan konsep <i>Citywalk</i> pada masa pandemic, serta bentuk <i>Oblique</i> untuk menciptakan bangunan unik dan meningkatkan daya tarik mall.		
CONCEPT	CITYWALK OBLIQUE BUILDING PADA MALL DI KOTA BARU PARAHYANGAN		

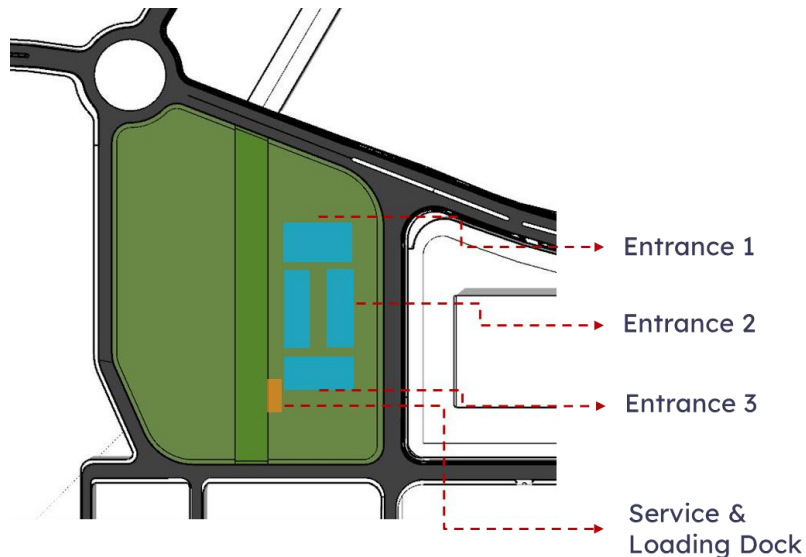
Gambar 1. Elaborasi Tema

Sumber : Diolah Pribadi

3. HASIL RANCANGAN

3.1 Konsep Zoning Tapak

Terdapat potensi yaitu tapak dikelilingi oleh jalan dan area *green spine*, berpotensi untuk *view* bangunan. Adanya kendala karena di kelilingi jalan, sehingga sulit untuk menentukan area *service*. *Site* berada di perempatan jalan sehingga harus menentukan area masuk site supaya tidak menghambat kendaraan di sekitar jalan. Solusinya yaitu Menempatkan area *service* di site bagian selatan supaya tidak merusak *view* jalan utama. Membuat tiga *entrance*, seperti pada **Gambar 2** dibawah.

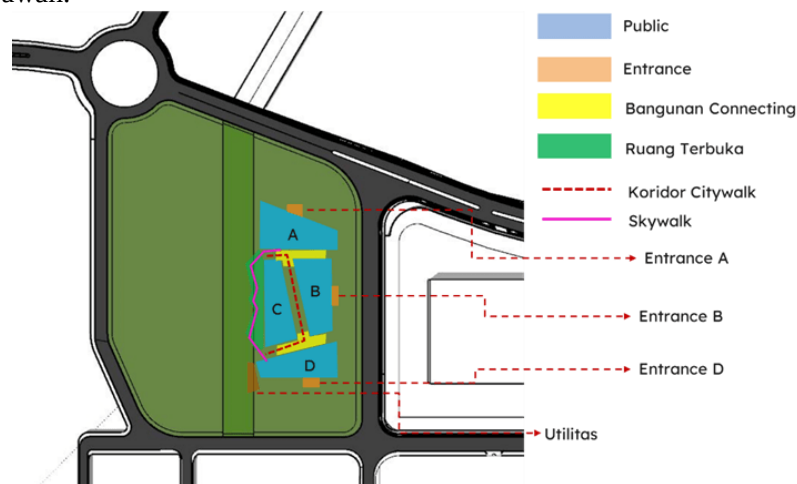


Gambar 2. Zoning Tapak

Sumber : Diolah Pribadi

3.2 Penerapan *Oblique* pada Gubahan Massa

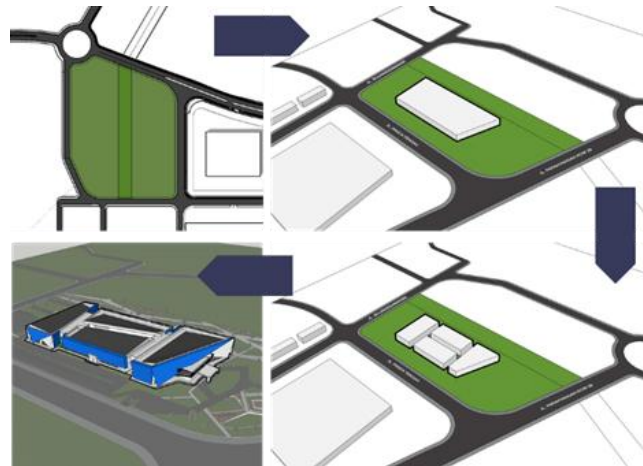
Bangunan dibagi menjadi 4 massa bangunan dengan ditambah *connecting* sebagai penghubung diantara empat massa bangunan tersebut, adanya koridor di tengah ke-4 massa bangunan dan terdapat *sky walk* di depan massa bangunan C yang menghadap ke arah *green spine*, dapat dilihat pada **Gambar 3** dibawah.



Gambar 3. Gubahan Massa

Sumber : Diolah Pribadi

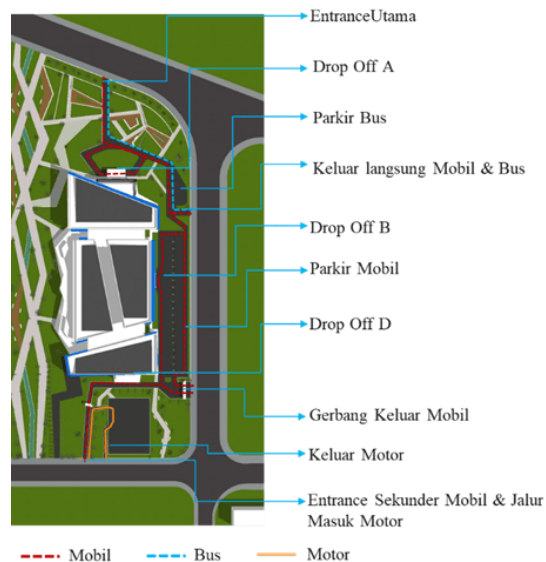
Gubahan masa merepresentasikan bentukan lahan. Gubahan masa utama dibagi menjadi empat massa bangunan, untuk mewujudkan konsep *citywalk* pada bangunan *Mall* sehingga diperlukannya koridor antar bangunan. Setelah menambahkan koridor pada gubahan, perubahan bentuk pada fasad bangunan dengan kemiringan tertentu untuk mewujudkan konsep bentuk *Oblique* pada fasad *Mall*, dapat dilihat pada **Gambar 4** dibawah.



Gambar 4. Gubahan Massa
Sumber : Diolah Pribadi

3.3 Tataan Ruang dan Sirkulasi

Terdapat dua *entrance* masuk kendaraan, dan terdapat tiga *drop off* mobil pada *site* bangunan seperti pada **Gambar 5** dibawah. Hal ini dilakukan untuk mempermudah kendaraan keluar masuk *site* tanpa terjadinya penumpakan kendaraan di area sekitar *site* karena lokasi *site* berada dipertigaan jalan.



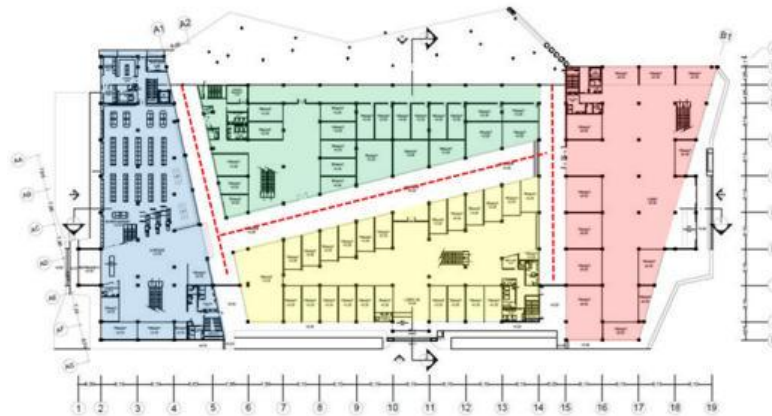
Gambar 5. Sirkulasi Kendaraan
Sumber : Diolah Pribadi

Terdapat 4 massa bangunan pada bangunan *Mall* dapat dilihat pada **Gambar 6** yang merupakan denah lantai 1, pada area berwarna merah merupakan Bangunan A sebagai massa utama bangunan terbagi menjadi tenant tenant untuk area *fashion*, terdapat kebutuhan service seperti toilet, janitor, tangga kebakaran serta lift pemadam kebakaran.

Area berwarna kuning merupakan Bangunan B dengan terbagi menjadi ruang-ruang tenant, ruang pemeriksaan, area *service* seperti toilet, janitor, *baby care*, ruang satgat, serta tangga kebakaran

Area berwarna hijau merupakan bangunan C, terdapat tenant umum, tenant makanan, area makan yang menghadap green spine, area *service* seperti pada bangunan massa lainnya.

Area berwarna biru merupakan bangunan D, memiliki fungsi ruang sebagai *super market*, gudang dan ruang staff untuk karyawan supermarket, tangga penghubung menuju lantai dua, ruang utilitas seperti SDP, *lift* barang, dan tangga kebakaran



Gambar 6. Denah Lantai 1

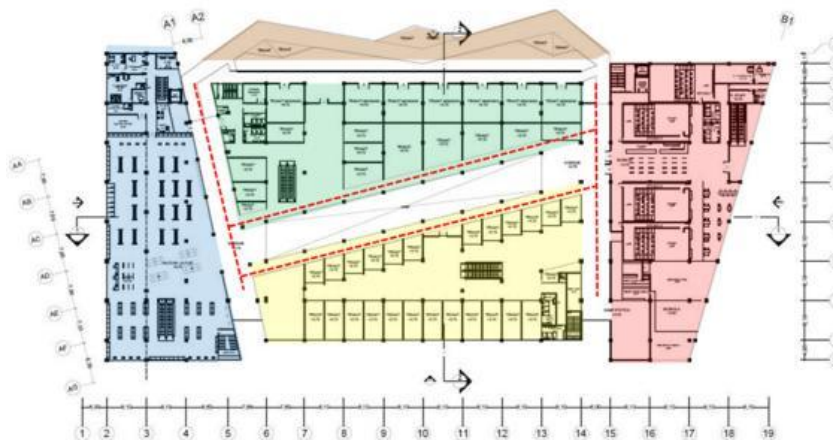
Sumber : Diolah Pribadi

Gambar 7 dibawah merupakan denah lantai 2, pada area berwarna merah merupakan Bangunan A sebagai massa utama bangunan terbagi menjadi tenant Bioskop, mushola, game centre, terdapat kebutuhan service seperti toilet, janitor, tangga kebakaran serta lift pemadam kebakaran.

Area berwarna kuning merupakan Bangunan B dengan terbagi menjadi ruang-ruang tenant, ruang pemeriksaan, area service seperti toilet, janitor, *baby care*, ruang satgat, serta tangga kebakaran

Area berwarna hijau merupakan bangunan C, terdapat tenant umum, tenant makanan, area makan yang menghadap *green spine*, area service seperti pada bangunan massa lainnya.

Area berwarna biru merupakan bangunan D, memiliki fungsi ruang sebagai *factory outlet*, gudang dan ruang staff untuk karyawan *factory outlet*, ruang pengelola, ruang operator, ruang keamanan, ruang CCTV, tangga penghubung dari lantai 1, ruang utilitas seperti SDP, lift barang, dan tangga kebakaran.

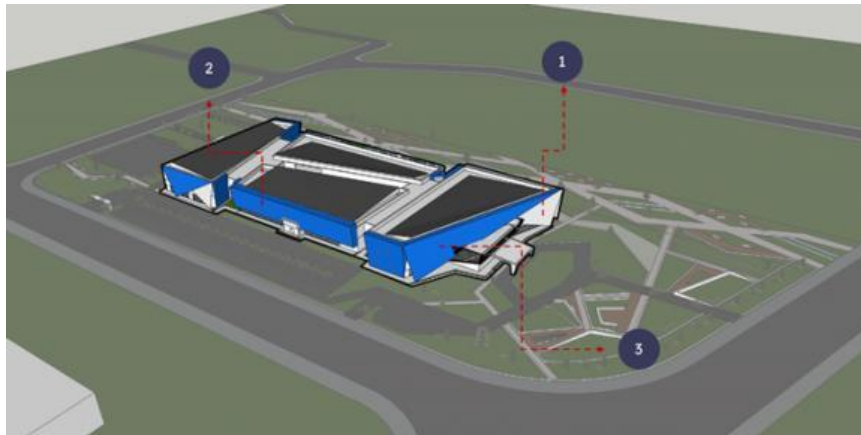


Gambar 7. Denah Lantai 2

Sumber : Diolah Pribadi

3.3 Fasad

Dilihat pada **Gambar 8** dibawah yaitu penjelasan fasad yang akan digunakan, pada bagian 1 fasad pada *Mall* akan menggunakan dinding beton cast in site untuk memunculkan konsep *City* pada *Mall* karena pada umumnya bangunan di wilayah perkotaan menggunakan material beton. Bagian 2, Selain menggunakan Beton, fasade *Mall* juga akan dipadukan dengan secondary skin menggunakan ACP untuk melindungi dinding, perawatan mudah serta menambah estetika. Dan pada bagian 3, Dinding bangunan disesain dengan kemiringan tertentu untuk mewujudkan konsep bentuk *Oblique* pada mall, hal tersebut selain untuk menarik pengunjung *Mall* juga untuk menjadikan *Mall* yang *Iconic*.



Gambar 8. Fasad
Sumber : Diolah Pribadi

3.4 Interior dan Eksterior Bangunan

Dilihat pada **Gambar 9** dibawah yaitu perspektif supermarket pada bangunan D, memiliki kesan monokrom pada interior bangunan dan memiliki dominan warna putih. Terdapat koridor bangunan diantara bangunan B dan C untuk menunjukan konsep *Citywalk* pada bangunan, penggunaan atap kaca untuk menampilkan kesan luar ruangan pada koridor dengan mengekspos rangka atap yang menggunakan atap *truss* dan *moonbeam* seperti dapat dilihat pada **gambar 10** dibawah.



Gambar 9. Interior Supermarket
Sumber : Diolah Pribadi



Gambar 10. Koridor
Sumber : Diolah Pribadi

Dilihat pada **Gambar 11** dibawah merupakan perspektif mata burung yang menunjukkan bentuk bangunan serta *landscape* site. Seperti konsep *oblique*, bangunan terdapat fasad miring di sekeliling bangunan dengan memasukan unsur warna biru dan putih pada bangunan. Memasukan unsur miring pada penataan *landscape* site untuk menekankan konsep di seluruh desain *Shopping Mall*.

Area *landscape* terdiri dari area duduk, kolam, lampu jalan, serta jalur jalur pedestrian yang didesain mengikuti konsep bangunan yaitu *oblique*. Terdapat berbagai jenis pepohonan yang melengkapi area *landscape* di bawah.



Gambar 11. Perspektif Eksterior

Sumber : Diolah Pribadi

Dilihat pada **Gambar 12** dibawah merupakan perspektif pada area *Sky Bridge* untuk meningkatkan kesan *Citywalk* maka diperbanyak area pejalan kaki dan menambahkan *Sky Bridge* pada area bangunan C dan menghadap langsung ke arah *green spine*. Di area *Sky Bridge* terdapat tiga *tenant* untuk kebutuhan area makan di sekitar *Sky Bridge*. Area ini juga berfungsi sebagai penghubung antara bangunan yang memiliki empat massa bangunan.



Gambar 12. Perspektif Skywalk

Sumber : Diolah Pribadi

4. SIMPULAN

Tema yang diterapkan pada perancangan mall di Kota Baru Parahyangan yaitu *Citywalk Oblique Building*. Tema ini sesuai digunakan untuk kawasan tersebut, mengingat Kota Baru Parahyangan menjadi salah satu kawasan berkembang dan masyarakatnya heterogen. Kawasan ini menjadi magnet yang ramai dikunjungi masyarakat sehingga keberadaan fasilitas pusat perbelanjaan yang memiliki karakteristik unik serta dapat menunjang aktivitas dan kebutuhan masyarakat menjadi penting. Penerapan *oblique*, melalui olahan bentuk miring pada fungsi *mall* sangat sesuai, karena fungsi *mall* bersifat rekreatif dan informal. Sehingga melalui tema *oblique* mampu menciptakan suasana yang dinamis dan tidak monoton. Tema *oblique* pada rancangan *mall* tidak hanya pada fasade bangunan saja tetapi juga pada gubahan massa bangunan. Sehingga dapat dirasakan pada ruang dalamnya. Dengan demikian olahan *oblique* tersebut mampu menghadirkan atmosfir suasana dinamis. Sejalan dengan itu, tema *Citywalk* tercermin dengan interaksi ruang dalam dan ruang luar, berupa *Green*

Spine. Pengunjung dapat berjalan kaki menelusuri ruang dalam dan ruang luar secara mengalir. Dengan demikian perpaduan tema “*Citywalk - Oblique*” ini menjadi kesatuan tema yang sinergi membentuk olahan bangunan *Mall* yang terintegrasi antara ruang luar dengan ruang dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astarie, F., (2004). “Penerapan *Citywalk* Pada Selokan Mataram”, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, pp. 47-48.
- [2] Barry Maitland, (1985). *Shopping Mall: Planning and Design*. Langman Group Limited.
- [3] Chiara, Joseph De and John Hancock Callender, 1973. *Time Saver Standard for Building Types*. New York. McGraw-Hill Book Company.
- [4] Edgar, Lion, 1976. *Shopping Mall, Planning and dministration*. John Wiley & Sons. USA.
- [5] Edmund N Bacon, 1974. *Design Of Cities*.
- [6] Harvey M. Ruberstein, 1978. *Central City Mall*. A. Wiley Interscience Publication. New York.
- [7] Rubenstein, Harey, (1978). *Central City Mall, Streetscapes and Urban Space*. New York.
- [8] Rubenstein, Harey, 1992. *Pedestrian Malls, Streetscapes, and Urban Spaces*, Canada. John Wiley & Sons, Inc.
- [9] Rustam Hakim, M., (1993). “Unsur Perancangan dalam Arsitektur Lansekap”, Bumi Aksara, Jakarta, pp. 16.
- [10] Uli, (1985). “*Shopping Center Development Handbook*,” *The Urban Land Institute*, Wasington., pp. 86.