

Penamaan plaza pada bangunan pusat perbelanjaan = Plaza naming at shopping center building

Dewi Saraswati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20249556&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang perkembangan bangunan pusat perbelanjaan, yang kini banyak dari bangunan tersebut yang mengadaptasi konsep plaza sebagai pusat berkegiatan pengunjungnya. Pengaplikasian konsep plaza tersebut tidak hanya pada bentuk fisiknya saja, tetapi juga banyak dari bangunan tersebut yang menggunakan kata plaza dalam penamaannya. Pada awalnya, konsep plaza hanyalah merupakan sebuah ruang terbuka kota yang menjadi pusat berkegiatan warga kotanya. Seiring dengan perkembangan jaman, konsep tersebut mulai diadaptasi oleh bangunan-bangunan tertutup lainnya, khususnya pada bangunan pusat perbelanjaan. Dalam melihat pengaplikasian konsep plaza tersebut, penulis mengacu kepada ciri bangunan pusat perbelanjaan dengan tipe plaza sebagai dasar analisa, yaitu memiliki atrium di bagian tengah sebagai pusat berkegiatan, sirkulasi utama mengarah ke bagian plaza, plaza yang baik tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil dengan lebar sekitar 25 meter, dan di sekitar plaza terdapat retail-retail sebagai penarik, serta memilih studi kasus berupa bangunan pusat perbelanjaan dengan pengaplikasian konsep plaza pada penamaannya maupun bentuk fisiknya, seperti Plaza Senayan, Plaza Semanggi, Blok M Plaza, dan Margo City. Ternyata dari keempat studi kasus tersebut diketahui bahwa penamaan suatu bangunan pusat perbelanjaan tidak selalu sesuai dengan namanya, ada yang menggunakan kata plaza tetapi tidak ada plazanya dan ada yang tidak menggunakan kata plaza tetapi justru ada plazanya. Namun, penamaan bangunan pusat perbelanjaan tersebut ada juga yang sesuai. Dan ternyata dari keempat ciri tersebut, terdapat hal lain yang menentukan keberhasilan suatu plaza, yaitu terlihat dari letaknya yang strategis yang berada di antara pertemuan jalur sirkulasi vertikal maupun horizontal dan mudah diakses oleh pengunjungnya, serta terdapat suatu fasilitas yang mendukung sebagai area berkumpul dan duduk-duduk.

.....This script discusses the development of the shopping center, which is now a lot of them are adopting the concept of plaza as an activity center of those visitors. For some shopping centers, the application of plaza concept is not only on a physical form, but also for their naming. Initially, the concept of plaza is merely for open urban space which used a center of community life. But along with the changing times, the concept began to be adopted by other closed buildings, especially in the shopping center. In looking at the application of the plaza concept, the author refers to the characteristics of the shopping center with a plaza type as a basic analysis which has a central atrium as a center of doing activities, the main circulation leading to the plaza, good plaza is not too big and not too small with a width of approximately 25 meters, and around the plaza there are retails as an attractor. And the shopping centers which selected as a case study are a building with an applying of the plaza concept on that naming and a physical form, such as Plaza Senayan, Plaza Semanggi, Blok M Plaza, and Margo City. And from these four case studies was known that naming of a shopping centers building is not always in accordance with its name. There are some shopping centres are using a plaza in their naming but there is no acctually plaza in there, but some aren't using a plaza word but instead there is a plaza. However, there is also an appropriate of that naming. And instead of the four characteristics, there are other things that determine the success of a plaza such as its strategic location

like meetings of vertical and horizontal circulation routes and easily accessible by them, and its facility that supports the sitting and gathering area.