

Penerapan Tema Arsitektur Post-Modern pada Rancangan Creative Industry Shopping Center

Ilham Apriyandi ¹, Juarni Anita ²

^{1,2} Program Studi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung
Email: ilham.apriyandi@gmail.com

ABSTRAK

Kota Bandung sempat dicanangkan sebagai pilot project kota kreatif se-Asia Timur karena sejak lama kota Bandung dan sekitarnya telah menjadi pusat pengembangan tekstil, mode, seni dan budaya. Hal tersebut didukung oleh keberadaan komunitas, pelaku usaha dan pemerintah daerah yang turut mengembangkan sektor industri kreatif. Namun pada kenyataannya masih banyak komunitas yang terfragmentasi dan belum semuanya terfasilitasi dengan baik. Salah satu tujuan penulisan ini yaitu untuk menciptakan opsi penyelesaian pada isu yang sedang terjadi. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penulisan ini dapat menghasilkan data deskripsi berupa makna penerapan tema pada suatu bangunan. Bangunan yang akan dirancang yaitu Creative Industry Shopping Center dengan menerapkan tema Arsitektur Post-Modern. Creative Industry Shopping Center merupakan bangunan pusat perbelanjaan yang akan hadir untuk mewadahi kegiatan jual-beli dilengkapi fasilitas lain yang dapat dimanfaatkan untuk berkumpul, bekerja dan berkreasi. Oleh karena itu, tema Arsitektur Post-Modern dinilai sangat cocok untuk diterapkan pada bangunan. Penerapan tema Arsitektur Post-Modern akan menampilkan kesan permainan (play), gembira (pleasure) serta rasa nyaman (enjoyment) seperti apa yang telah dikemukakan Kisho Kurokawa. Hal tersebut diharapkan dapat lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat dan pelaku industri kreatif sebagai pengguna utamanya.

Kata kunci: Arsitektur Post-Modern, Industri Kreatif, Kota Baru Parahyangan, Pusat Perbelanjaan

ABSTRACT

The city of Bandung was coined as a pilot project creative city in East Asia because it has been a long time since the city of Bandung and its surroundings have become a center for the development of textiles, fashion, arts, and culture. It was supported by the existence of the community, businessmen and local government that participates in developing the creative industry sector. Many still fragmented communities and not everything is properly accommodated. The purpose of this paper is to make alternative solution of the current issues. Using descriptive qualitative method, the paper can generate description data in the form of theme implementation meaning on a building. The building to be designed is Creative Industry Shopping Center by implementing Post-Modern Architecture. Creative Industry Shopping Center is a shopping center will present to accommodates buying and selling activities equipped with other facilities that could be used for gathering, working, and being creative. Therefore, Post-Modern Architecture is rated very suitable to be implemented in the building. The application of the Post-Modern Architecture theme will show the impression of play, pleasure, and enjoyment like what Kisho Kurokawa said. Hopefully, such things will be easier to accept by general public and creative industry players as main users.

Keywords: Post-Modern Architecture, Creative Industry, Kota Baru Parahyangan, Shopping Center

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan perekonomian. Ekonomi kreatif atau yang biasa disebut sebagai industri kreatif dinilai semakin penting untuk mendukung kesejahteraan suatu negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keanekaragaman budaya, sumber daya alam yang melimpah serta sumber daya manusia yang berkualitas. Hal tersebut merupakan potensi yang baik untuk mengembangkan industri kreatif, sehingga dapat memberikan sumbangsih terhadap perekonomian nasional.

Sebetulnya, beberapa wilayah di Indonesia telah mengembangkan sektor industri kreatif, salah satunya Kota Bandung. Pada tahun 2007, Kota Bandung dan sekitarnya sempat dicanangkan sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur karena sejak lama wilayah tersebut telah menjadi pusat pengembangan tekstil, mode, seni dan budaya [1]. Hal tersebut tidak lepas dari peran komunitas, pelaku usaha dan pemerintah daerah yang terus berinovasi sehingga menunjukkan perkembangan yang signifikan.

Dengan begitu, perlu adanya pemerataan antar wilayah agar perkembangan industri kreatif tetap terjaga dan tidak terfragmentasi. Kota Baru Parahyangan merupakan suatu wilayah di sebelah barat Kota Bandung yang memiliki potensi cukup besar sebagai area pengembangan. Sejalan dengan misi kota tersebut yang hendak menjadi sebuah Kota Mandiri dan berkelanjutan, maka *Creative Industry Shopping Center* berkesempatan hadir mewadahi kebutuhan masyarakat, komunitas dan pelaku usaha untuk melakukan kegiatan jual-beli sekaligus mendukung dan memajukan sektor industri kreatif.

2. EKSPLORASI DAN PROSES RANCANGAN

2.1 Definisi Proyek

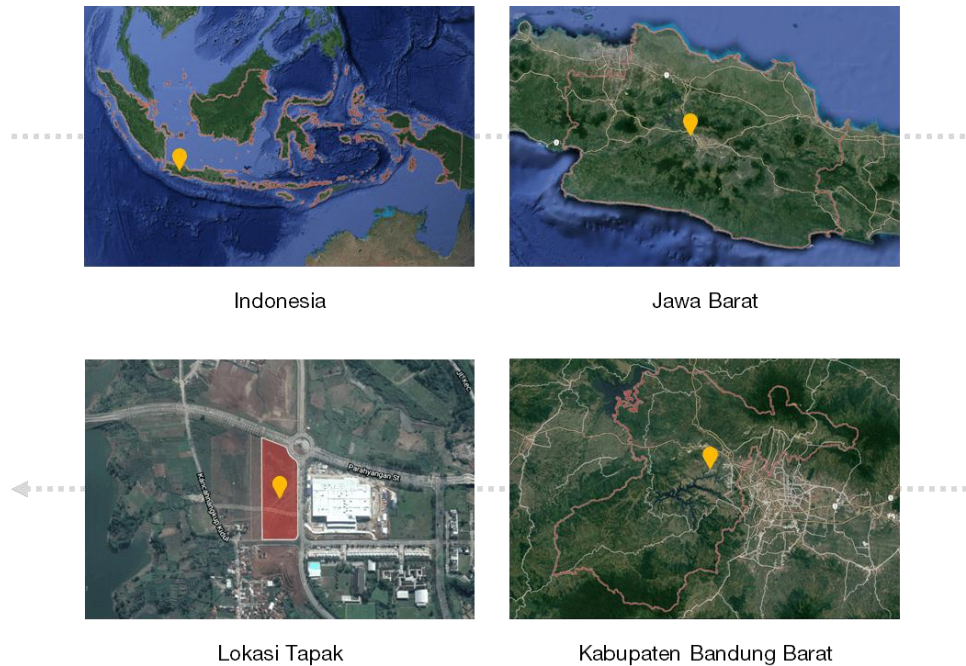
Nama atau judul yang digunakan pada proyek ini yaitu *Creative Industry Shopping Centre*. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *creative industry* atau industri kreatif merupakan industri yang berupaya untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu [2]. Industri kreatif juga biasa disebut sebagai industri budaya atau ekonomi kreatif.

Sementara itu, dikutip dari pernyataan Victor Gruen (1973), *shopping center* atau pusat perbelanjaan adalah suatu bangunan yang dapat mewadahi kegiatan pertukaran serta distribusi barang dan jasa dengan dilengkapi berbagai macam jenis dan ukuran toko, koridor, pedestrian, area komunal serta fasilitas penunjang lainnya [3].

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Creative Industry Shopping Center* merupakan bangunan yang berfungsi untuk mewadahi kegiatan pertukaran serta distribusi barang dan jasa dengan dilengkapi fasilitas penunjang yang dapat berperan untuk mendukung dan memajukan sektor industri kreatif.

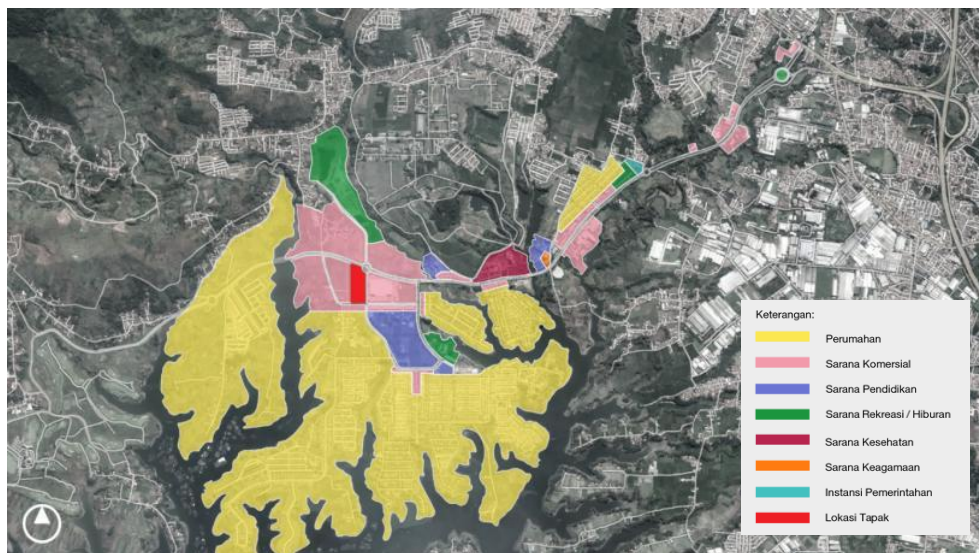
2.2 Lokasi Proyek

Proyek *Creative Industry Shopping Centre* berlokasi di Kota Baru Parahyangan, Kabupaten Bandung Barat dengan luas lahan sebesar 26.400 m². Lokasi tapak berbatasan langsung dengan Jl. Parahyangan Raya pada bagian utara, Jl. Panca Tengah pada bagian timur, Jl. Bujanggamanik pada bagian selatan serta lahan kosong yang akan direncanakan sebagai area *green spine* pada bagian barat. Lokasi tersebut terlihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1.1 Lokasi Proyek
(Sumber: www.earth.google.com)

Wilayah sekitar tapak didominasi oleh sarana komersial dan area perumahan kelas menengah keatas, seperti yang terlihat pada **Gambar 1.2**. Hal tersebut dapat memberikan peluang yang baik untuk membangun sebuah bangunan pusat perbelanjaan yang menyasar segmen menengah ke atas juga, mengingat lokasinya yang sangat strategis serta belum adanya pusat perbelanjaan yang dikelola secara terpadu pada wilayah Kota Baru Parahyangan.



Gambar 1.2 Tata Guna Lahan
(Sumber: www.earth.google.com)

2.3 Definisi Tema

Tema yang diterapkan pada bangunan ini yaitu Arsitektur Post-Modern. Arsitektur Post-Modern merupakan aliran, pemikiran atau gerakan yang berkembang setelah era Arsitektur Modern. Lahirnya Arsitektur Post-Modern disebabkan oleh kegagalan dari Arsitektur Modern yang selalu menampilkan kebosanan dalam keseragaman, krisis identitas bangunan, terpaku pada efektivitas dan efisiensi produk massal serta terpengaruh proses industrialisasi komponen bangunan [4]. Oleh karena itu,

Arsitektur Post-Modern berusaha untuk menampilkan keragaman bentuk dengan cara mencampurkan arsitektur tradisional dan non-tradisional, gabungan setengah modern dan setengah non modern hingga perpaduan antara lama dan baru. Menurut Charles Jenks (1984), Arsitektur Post-Modern terdiri enam aliran yang mana aliran-aliran tersebut telah dimulai sejak tahun 1960-an, aliran-aliran tersebut meliputi [4]:

1. *Historicism*
Bangunan yang menerapkan aliran ini ditampilkan dengan penggunaan elemen-elemen Arsitektur Klasik serta dikombinasikan dengan pola-pola yang lebih modern.
2. *Straight Revivalism*
Straight Revivalism dapat dikatakan sebagai aliran yang mencoba untuk membangkitkan kembali langgam Arsitektur Neo-Klasik pada bangunan yang bersifat monumental.
3. *Neo-Vernacularism*
Aliran ini mencoba untuk menghidupkan kembali suasana dan elemen Arsitektur Tradisional pada bangunan yang lebih modern.
4. *Contextualism (Urbanist + Ad Hoc)*
Aliran *Contextualism* atau Aliran *Urbanism* merupakan aliran yang memperhatikan kontekstualitas sehingga menghasilkan rancangan yang serasi dan berkaitan.
5. *Metaphor & Metaphysical*
Aliran ini mencoba untuk mengekspresikan ungkapan metafora dan metafisika ke dalam rancangan bangunan, baik secara eksplisit maupun implisit.
6. *Post-Modern Space*
Bangunan yang menerapkan aliran ini akan memperlihatkan pembentukan ruang dengan pola-pola komposisi dari komponen bangunan itu sendiri.

Charles Jencks juga berpendapat bahwa karya arsitektur akan bernilai tinggi apabila karya tersebut memiliki ekspresi bentuk yang dapat diinterpretasikan secara beragam oleh banyak orang, semakin banyak yang diinterpretasikan maka semakin tinggi juga nilai komunikasinya [4]. Terdapat beberapa konsep Arsitektur Post-Modern yang perlu diperhatikan, yaitu [5]:

1. *Representatif*
Arsitektur dapat didefinisikan sebagai representasi dari hal lain, maka dari itu karya arsitektur dapat mempresentasikan suatu agama, politik, peristiwa atau sesuatu diluar ranahnya.
2. *Hybrid & Both*
Hybrid & Both merupakan konsep yang mencampurkan beberapa hal ke dalam satu kesatuan sehingga membentuk suatu identitas yang baru.
3. *Kontekstual*
Arsitektur Post-Modern selalu memperhatikan tempat atau lingkungan sekitar termasuk menghargai hal-hal yang berkaitan dengan budaya dan sejarah.
4. *Menerima Referensi Plural*
Konsep ini menjelaskan bahwa Arsitektur Post-Modern menerima keragaman bentuk dan interpretasi makna pada setiap rancangan bangunan.
5. *Menghargai Memori & Sejarah*
Arsitektur Post-Modern selalu memperhatikan memori dan sejarah. Hal tersebut sangat bermanfaat sebagai gudang perbendaharaan bentuk yang kaya dan memiliki nilai estetika yang cukup tinggi.
6. *Menerima Bentuk Improvisasi*
Dalam Arsitektur Post-Modern, suatu karya tidak harus ditampilkan dengan sempurna, teratur dan terencana. Bentuk improvisasi juga dapat ditampilkan dengan kesan permainan (*play*), gembira (*pleasure*) serta rasa nyaman (*enjoyment*) sesuai pendapat Kisho Kurokawa [6].
7. *Kompleksitas*
Konsep ini dapat ditampilkan dengan membuat suatu penyimpangan dari aturan yang telah dibuat sehingga kompleksitas dalam suatu rancangan akan terbentuk.
8. *Ambiguitas*
Konsep ambiguitas dapat diartikan sebagai suatu interpretasi terhadap ekspresi bentuk yang akan menimbulkan persepsi ganda.

9. Tidak Anti Modernisme

Arsitektur Modern masih menerapkan prinsip-prinsip Arsitektur Post-Modern yang masih relevan seperti pemikiran fungsionalisme serta teknik struktur dan konstruksi bangunan.

2.4 Elaborasi Tema

Tema Arsitektur Post-Modern dinilai memiliki keterkaitan dengan bangunan pusat perbelanjaan dan sektor industri kreatif. Ketiga unsur tersebut dapat dipadukan menjadi suatu rancangan arsitektur pada bangunan *Creative Industry Shopping Center*. Prinsip-prinsip dari tema yang terapkan pada bangunan tersebut dijabarkan melalui tabel elaborasi tema yang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

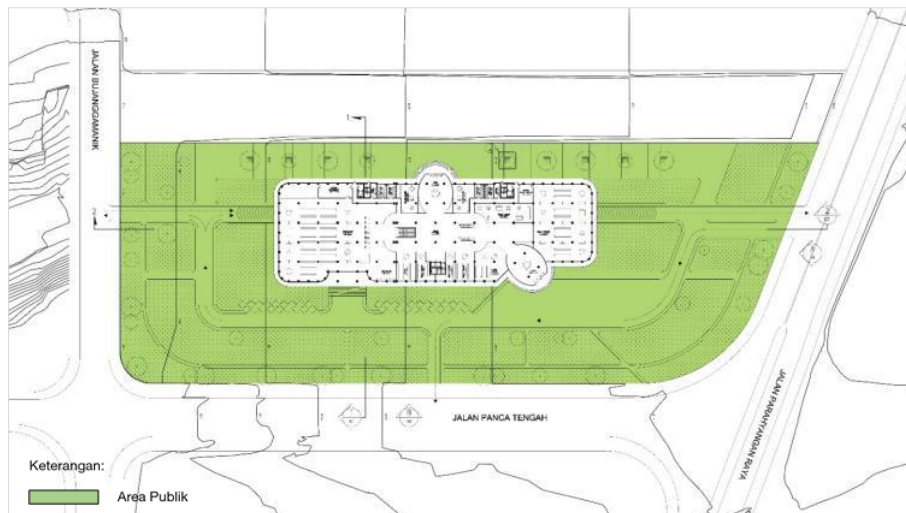
Tabel 1.1 Elaborasi Tema

	Pusat Perbelanjaan	Arsitektur Post-Modern	Industri Kreatif
Mean	Bangunan yang mewadahi kegiatan pertukaran serta distribusi barang dan jasa dengan dilengkapi berbagai macam fasilitas penunjang yang diatur dan dikelola oleh suatu sistem operasi.	Aliran, pemikiran atau gerakan yang berkembang setelah era Arsitektur Modern dengan menampilkan keragaman bentuk pada bangunannya.	Industri yang berupaya menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu.
Problem	Belum terdapat bangunan pusat perbelanjaan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Baru Parahyangan.	Berkurangnya nilai-nilai historis, tradisionalitas dan kontekstualitas pada bangunan yang lahir pada era Arsitektur Modern.	Di Kota Bandung dan sekitarnya, pelaku industri kreatif masih terfragmentasi serta sebagian besar kebutuhannya belum terwadahi dengan baik.
Fact	Hanya <i>supermarket</i> , <i>minimarket</i> serta beberapa pusat perbelanjaan yang menjual produk sejenis yang selama ini memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Baru Parahyangan.	Arsitektur Post-Modern mencoba untuk mencampurkan arsitektur tradisional dan non-tradisional, gabungan setengah modern dan setengah non modern, hingga perpaduan antara lama dan baru.	Pelaku industri kreatif sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian nasional karena dapat memberikan kontribusi yang cukup besar.
Need	Tidak hanya membutuhkan wadah untuk melakukan kegiatan jual-beli, masyarakat juga membutuhkan wadah untuk berekreasi.	Bangunan tidak melupakan nilai-nilai historis, tradisionalitas dan kontekstualitas serta dapat memperhatikan rancangan sesuai dengan fungsinya.	Pelaku industri kreatif membutuhkan wadah untuk berkumpul, berinteraksi bahkan bereksplorasi secara bersama-sama untuk mengembangkan daya kreasi dan daya cipta.
Goal	Merancang bangunan pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk melakukan kegiatan jual-beli dan berekreasi serta memajukan dinamisasi perekonomian khususnya wilayah setempat.	Merancang bangunan dengan menerapkan tema Arsitektur Post-Modern yang dapat menampilkan berbagai macam ekspresi bangunan dengan menggabungkan beberapa unsur.	Menciptakan wadah untuk memenuhi kebutuhan pelaku industri kreatif yang sekaligus dapat mendukung dan memajukan perekonomian Indonesia khususnya sektor industri kreatif.
Concept	<i>Creative Industry Shopping Center</i> Penerapan Konsep Arsitektur Post-Modern pada Bangunan Pusat Perbelanjaan di Kota Baru Parahyangan		

3. HASIL RANCANGAN

3.1 Zonasi Dalam Tapak

Secara garis besar, zonasi dalam tapak terdiri dari zona publik, zona privat dan zona *service*. Ketiganya ditempatkan berdasarkan situasi dan kondisi di sekitar tapak. Semua area pada tapak merupakan zona publik, sedangkan zona privat dan zona *service* dapat dijumpai pada bagian bawahnya, lihat **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Zona Publik Dalam Tapak

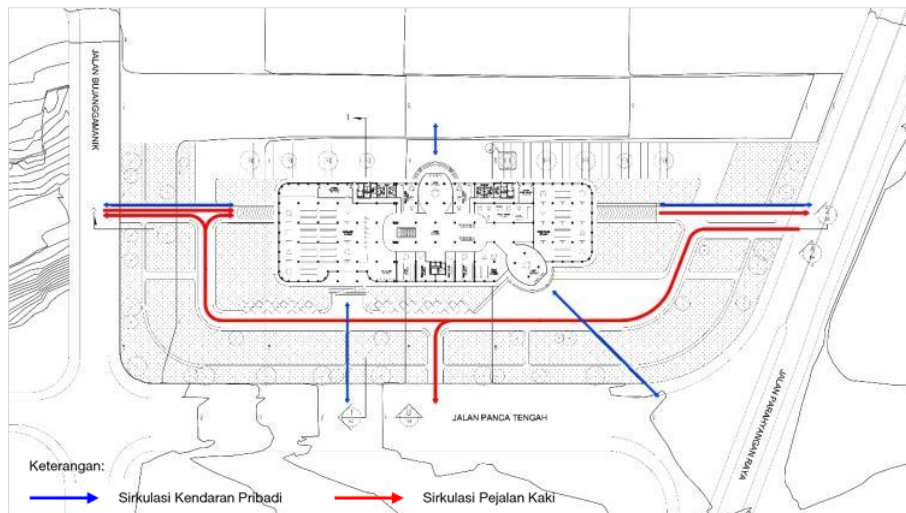
Zona service dan zona privat ditempatkan di lantai *basement*. Zona service dikelompokkan pada salah satu sisi massa bangunan guna menjamin keamanan, kenyamanan dan kemudahan akses. Sementara itu, zona privat ditempatkan dekat dengan zona service. Hal tersebut terlihat pada **Gambar 1.4**.



Gambar 1.4 Zona Privat & Zona Service Dalam Tapak

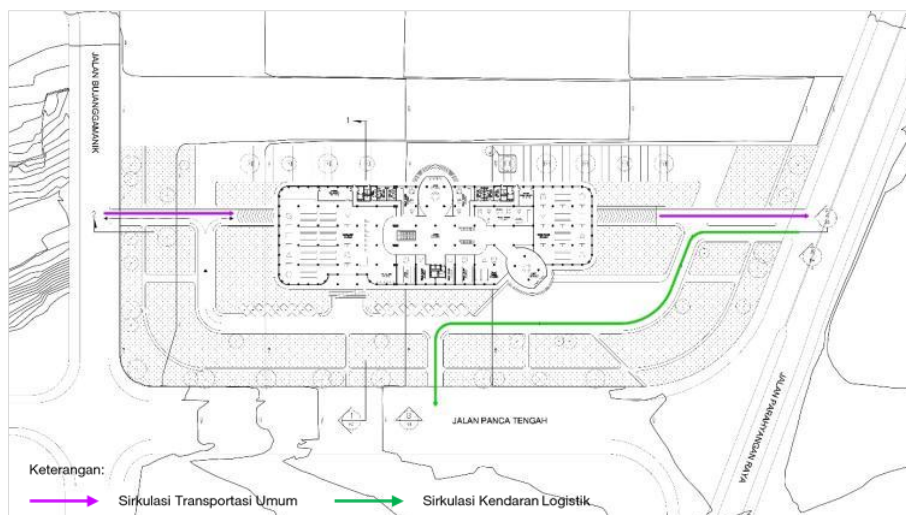
3.2 Pola Sirkulasi Dalam Tapak

Pada hal ini, pola sirkulasi dalam tapak dibedakan menjadi sirkulasi kendaraan pribadi, sirkulasi kendaraan umum dan transportasi *online*, sirkulasi kendaraan logistik serta sirkulasi pejalan kaki. Pengguna kendaraan pribadi dapat masuk dan keluar area tapak dari pintu sebelah utara dan selatan. Khusus untuk pejalan kaki dapat masuk dan keluar tapak dari berbagai arah, pintu masuk dan keluar area tapak tersedia di sebelah utara, timur, selatan dan barat yang berdekatan langsung dengan area *green spine*. Hal tersebut terlihat pada **Gambar 1.5**.



Gambar 1.5 Sirkulasi Kendaraan Pribadi & Pejalan Kaki

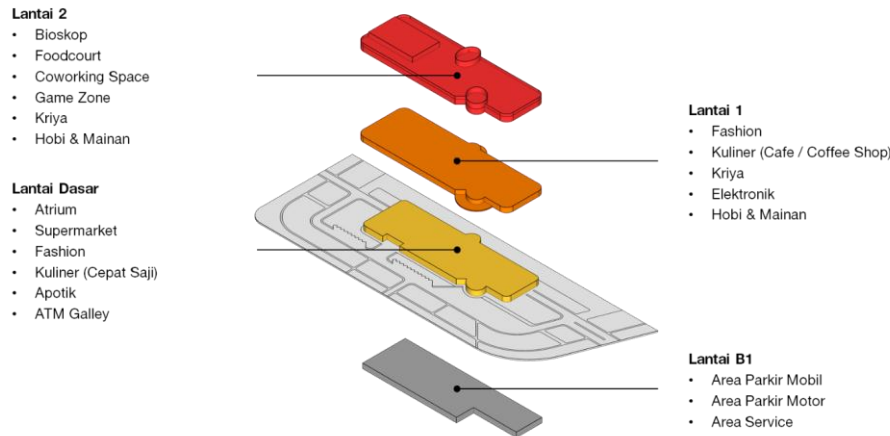
Sementara itu, pengguna kendaraan umum dan transportasi *online* dapat masuk ke area tapak dari pintu sebelah utara dan keluar pada pintu sebelah timur. Untuk kendaraan logistik dapat masuk ke area tapak dari pintu sebelah selatan dan keluar pada pintu utara, hal ini dilakukan untuk memangkas jarak menuju area *service*. Hal tersebut terlihat pada **Gambar 1.6**.



Gambar 1.6 Sirkulasi Transportasi Umum & Kendaraan Logistik

3.3 Zonasi Dalam Bangunan

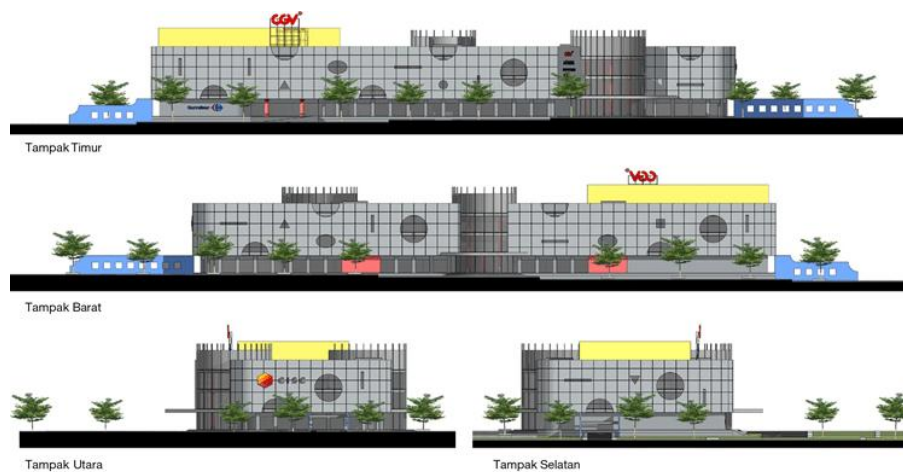
Bangunan *Creative Industry Shopping Center* terdiri dari 3 lantai dengan dilengkapi 1 lantai *basement*. Lantai *basement* didominasi oleh zona publik, lantai dasar didominasi oleh zona publik dengan berisikan *tenant-tenant* yang menjual produk kebutuhan sehari-hari, lantai 1 didominasi oleh zona publik dengan berisikan *tenant-tenant* yang menjual produk-produk berkaitan dengan industri kreatif serta lantai 2 juga masih didominasi zona publik dengan berisikan *tenant-tenant* hiburan dan beberapa sarana untuk memenuhi kebutuhan pelaku industri kreatif, lihat **Gambar 1.7**. Secara konseptual, zonasi dalam bangunan ini dibedakan berdasarkan tingkatan lantai, semakin tinggi tingkatan lantainya maka semakin spesifik fungsi ruang dan jenis *tenant*-nya.



Gambar 1.7 Zonasi Dalam Bangunan

3.4 Fasad Bangunan

Konsep fasad yang diterapkan pada bangunan ini mengacu pada teori-teori Arsitektur Post-Modern. Terdapat pola-pola geometris, penggunaan beberapa warna cerah yang cukup mencolok, penggunaan rotunda pada area *lobby* serta penerapan ornamen berupa kapital pada kolom struktur yang mana hal tersebut merupakan salah satu bentuk menghargai memori dan sejarah. Penggunaan material pada fasad bangunan ini didominasi oleh *Aluminium Composite Panel (ACP)* yang dikombinasikan dengan material semen ekspos dan kaca. Lihat **Gambar 1.8**.



Gambar 1.8 Fasad Bangunan

3.5 Interior Bangunan

Pada bagian interior bangunan, suasana ruang menampilkan keragaman bentuk dan interpretasi makna. Hal tersebut dapat terlihat dari penggunaan material yang dipilih serta objek interior lainnya. Penggunaan material semen ekspos, lantai granit serta material metal telah menghiasi area *lobby* dan atrium. Terdapat juga ornamen kapital pada kolom struktur yang ditampilkan dengan warna-warna cerah. Hal tersebut terlihat pada **Gambar 1.9** dan **Gambar 1.10**. Sementara itu, bagian interior setiap *tenant* dapat ditentukan oleh masing-masing pihak penyewa agar dapat disesuaikan dengan konsep identitas merek atau perusahaan.

Area *food court* merupakan salah satu program ruang yang berperan sebagai magnet pada bangunan pusat perbelanjaan. Sebagian besar area tersebut biasanya dikelola oleh pengelola bangunan. Oleh karena itu, bagian interior pada area *food court* dapat dirancang bersamaan dengan area yang lain. Penggunaan material yang dipilih lebih bervariasi mulai dari penggunaan material semen ekspos, metal, *glass box* hingga lantai *terrazzo*. Hal tersebut terlihat pada **Gambar 1.11**.



Gambar 1.9 Suasana Lobby



Gambar 1.10 Suasana Atrium



Gambar 1.11 Suasana Foodcourt

3.6 Eksterior Bangunan

Pada bagian eksterior bangunan, terdapat suatu area yang akan sering dilalui oleh para pengunjung pusat perbelanjaan yaitu pintu masuk dan keluar utama. Area tersebut ditandai dengan gubahan massa berbentuk tabung yang diarahkan ke sumber datangnya pengunjung, lihat **Gambar 1.12**. Hal ini diadopsi dari penggunaan rotunda pada bangunan-bangunan yang mengusung konsep Arsitektur Klasik.



Gambar 1.12 Suasana Pintu Masuk & Keluar Utama

Terdapat juga pintu masuk dan keluar sebagai akses langsung menuju *supermarket* seperti yang terlihat pada **Gambar 1.13**. Hal tersebut dapat memudahkan para pengunjung yang membawa belanjaan cukup banyak tanpa harus mengakses pintu masuk dan keluar utama yang jaraknya cukup jauh dari area *supermarket*.



Gambar 1.13 Suasana Pintu Masuk & Keluar Supermarket

Di sebelah barat tapak terdapat area yang cukup potensial berupa *green spine* yang berfungsi sebagai area terbuka sekaligus pedestrian untuk masyarakat yang melintas. Hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk menempatkan area plaza di dekat *green spine* seperti yang terlihat pada **Gambar 1.14**. Plaza dapat difungsikan untuk menggelar berbagai macam acara, area makan terbuka, titik pertemuan atau sebatas tempat duduk-duduk.



Gambar 1.14 Suasana Plaza

4. SIMPULAN

Creative Industry Shopping Center merupakan bangunan pusat perbelanjaan yang berlokasi di Kota Baru Parahyangan, Kabupaten Bandung Barat. Dengan menerapkan tema *Arsitektur Post-Modern*, *Creative Industry Shopping Center* akan menampilkan kesan permainan (*play*), gembira (*pleasure*) serta rasa nyaman (*enjoyment*) baik secara visual maupun spasial. Terdapat keragaman bentuk dan interpretasi makna yang dapat dilihat pada bangunan tersebut diantaranya yaitu terdapat pola-pola geometris pada bagian fasad, penggunaan beberapa warna cerah yang cukup mencolok serta penggabungan beberapa elemen *Arsitektur Klasik* dan *Arsitektur Modern*. Selain berfungsi sebagai wadah untuk melakukan kegiatan jual-beli, dan berekreasi, bangunan tersebut juga memiliki wadah untuk berkumpul, berinteraksi bahkan bereksplorasi melalui beberapa fasilitas penunjang yang disediakan diantaranya yaitu plaza, atrium, *coworking space* serta beberapa sarana hiburan. Hal tersebut diharapkan dapat lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat dan pelaku industri kreatif sebagai pengguna utamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2009). *Studi Industri Kreatif Indonesia 2009*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- [2] Arsip Nasional Indonesia. (2015). *Naskah Sumber Arsip Kreativitas Bangsa*. Jakarta: Arsip Nasional RI.
- [3] Gruen, Victor. (1973). *Centers for The Urban Environment: Survival of The Cities*. New York: Van Nostraand Reinhold Co.
- [4] Jencks, Charles, (1984). *The Language of Post-Modern Architecture*. New York: Rizzoli.
- [5] Ikhwanuddin, (2005). *Menggali Pemikiran Posmodernisme dalam Arsitektur*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [6] Kurokawa, Kisho (1991). *Intercultural Architecture (The Philosophy of Symbiosis)*. New York: The American Institute of Architects Press 1735.