

Penerapan Arsitektur Post-Modern Pada Bangunan Pusat Perbelanjaan “PACIMA” Tugas Akhir Prodi Arsitektur Institut Teknologi Nasional Bandung

Adlin Satrio Buwono¹, Agung Prabowo Sulistiawan²

¹ Prodi Studi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Itenas, Bandung

Email: aadlinsatrio@mhs.itenas.ac.id

ABSTRAK

Meningkatnya kegiatan perekonomian khususnya dalam sektor perdagangan seringkali tidak disertai dengan fasilitas yang ideal menyangkut kondisi bangunan, suasana dan lokasi yang tidak sesuai dengan kegiatan tersebut. Begitu pula dengan kebutuhan setiap manusia, baik kebutuhan pokok maupun sekunder dan dibidang sandang, pangan, dan papan yang semakin hari semakin bertambah. Oleh karena itu, pusat perbelanjaan merupakan fasilitas yang dibutuhkan guna menunjang kebutuhan masyarakat saat ini. Pusat perbelanjaan memiliki fungsi utama sebagai tempat jual beli dalam skala besar. Namun, dengan adanya pandemi virus Covid-19, beberapa aktivitas di pusat perbelanjaan terhenti yang menyebabkan pengunjung cenderung menggunakan situs belanja online. Saat ini Kota Baru Parahyangan belum memiliki pusat perbelanjaan untuk menunjang kebutuhan warga sekitar adalah. Hal ini yang menjadikan pertimbangan dalam perancangan pembangunan pusat perbelanjaan di Kota Baru Parahyangan merupakan lokasi yang strategis. Dalam perancangan bangunan konsep arsitektur post-modern terhadap bentuk bangunan yang merepresentasikan Tangkuban Perahu. Untuk bagian interior menerapkan pop-art pada bagian koridor. Kemudian untuk eksterior bangunan yang mengadaptasi salah satu kebudayaan di Indonesia yaitu Batik Kawung yang memberikan pengalaman baru terhadap pengunjung dengan menerapkan "Safety & Healty" sebagai bagian dari protokol kesehatan didalam pusat perbelanjaan agar para pengunjung dapat merasa aman ketika melakukan aktivitas didalam bangunan.

Kata kunci: Pusat Perbelanjaan, Arsitektur, Post-Modern.

ABSTRACT

Increased economic activity, especially in the trade sector, is often not accompanied by ideal facilities regarding the condition of buildings, atmosphere and locations that are not in accordance with these activities. Likewise, the needs of every human being, both basic and secondary needs and in the field of clothing, food, and housing are increasing day by day. Therefore, a shopping center is a necessary facility to support the needs of today's society. Shopping centers have a main function as a place for buying and selling on a large scale. However, with the Covid-19 virus pandemic, some activities in shopping centers have stopped which causes visitors to tend to use online shopping sites. Currently Kota Baru Parahyangan does not yet have a shopping center to support the needs of local residents. This is what makes the consideration in planning the construction of a shopping center in Kota Baru Parahyangan is a strategic location. In the design of the building the concept of post-modern architecture to the shape of the building that represents Tangkuban Perahu. For the interior, apply pop-art in the corridor. Then for the exterior of the building that adapts one of the cultures in Indonesia, namely Batik Kawung which provides a new experience for visitors by implementing "Safety & Health" as part of the health protocol in shopping centers so that visitors can feel safe when doing activities inside the building.

Keywords: Shopping Center, Architecture, Post-Modern.

1. PENDAHULUAN

Kota Baru Parahyangan yang berada di Kabupaten Bandung Barat merupakan kota yang terbentuk pada tahun 2002 dengan luasan 1.250 Ha. Pembangunan Kota Baru Parahyangan memiliki beberapa fungsi yang seperti hunian yang terdiri dari perumahan berkepadatan rendah, menengah dan tinggi. Selain berbagai pemukiman, Kota Baru Parahyangan juga memiliki tujuan yaitu menjadikan Kota Pendidikan dengan misinya “Pendidikan Formal dan Non Formal”[1]. Beberapa tempat penunjang dalam bidang pendidikan diantaranya Al Irsyad Satya Islamic School, Cahaya Bangsa Classical School, dan Damian School. Pada Tahun 2021, pembukaan IKEA di Kota Baru Parahyangan menjadi salah satu magnet pengunjung menuju Kota Baru Parahyangan. Namun untuk memenuhi kebutuhan warga sekitar, Kota Baru Parahyangan belum memiliki pusat perbelanjaan. Dengan berbagai fungsi lahan yang berada di Kota Baru Parahyangan, pembangunan proyek pusat perbelanjaan dinilai strategis.

Pusat perbelanjaan memiliki fungsi utama sebagai tempat jual beli yang memiliki ritel besar sebagai daya tarik dari ritel kecil yang dapat memenuhi kebutuhan para pengunjung. Namun, dengan adanya pandemi virus *Covid-19 occupancy rate* terhadap pusat perbelanjaan sepanjang tahun mengalami penurunan sebesar 80% - 90 % [2]. Tidak sedikit dari pusat perbelanjaan yang membatasi hingga menutup aktivitas didalam bangunan yang membuat kerugian terhadap pemilik maupun pengelola pusat perbelanjaan dan beberapa proyek pembangunan dalam tahap perencanaan maupun pembangunan mengalami penundaan akibat adanya pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan pengunjung cenderung menggunakan *online shop* untuk berbelanja.

Solusi dari permasalahan tersebut dengan merancang bangunan yang dapat menarik pengunjung dengan konsep arsitektur post-modern yang memiliki keunikan dari bentuk bangunan, eksterior, maupun interior namun tetap menerapkan protokol kesehatan untuk memutuskan rantai penyebaran virus *Covid-19*.

2. EKSPLORASI DAN PROSES RANCANGAN

2.1. Definisi Proyek

Pada proyek ini, pusat perbelanjaan memiliki nama PACIMA, yang merupakan akronim dari Parahyangan City Mall dimana lokasi pusat perbelanjaan terdapat di Kota Baru Parahyangan, Kabupaten Bandung Barat, Propinsi Jawa Barat. Menurut arsitek Nadine Beddington, pusat Perbelanjaan merupakan suatu kelompok perbelanjaan atau pertokoan terencana yang dikelola oleh suatu manajemen pusat, yang menyewakan unit-unit kepada pedagang dan mengenai hal-hal tertentu pengawasannya dilakukan oleh manajer yang sepenuhnya bertanggung jawab kepada pusat perbelanjaan tersebut [3]. Dengan menerapkan konsep *post-modern*, bangunan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan memberikan pengalaman baru yang diterapkan pada pusat perbelanjaan.

2.2. Lokasi Proyek

Lokasi proyek terletak pada Jalan Raya Parahyangan, Kota Baru Parahyangan, Kabupaten Bandung Barat (KBB) yang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Barat Ibukota Bandung Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Berdasarkan data, luas wilayah Kabupaten Bandung Barat yaitu 1.305,77 KM², terletak antara 60° 41' s/d 70° 19' Lintang Selatan dan 107° 22's/d 108° 05' Bujur Timur. Mempunyai rata-rata ketinggian 110 m dan maksimum 2.2429 m dari permukaan laut. Kemiringan wilayah yang bervariasi antara 0 – 8%, 8 – 15% hingga diatas 45%, dengan batas wilayah sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Cianjur, Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi, Sebelah selatan berbatasan dengan Selatan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Cianjur[4]. Pada bangunan ini

memiliki 3 lantai untuk area perbelanjaan dan 1 lantai *basement* untuk menunjang tempat parkir pengunjung.

| | |
|-----------------|--|
| Nama Proyek | : PACIMA (PARAHYANGAN CITY MALL) |
| Fungsi Bangunan | : Pusat Perbelanjaan |
| Sifat Proyek | : Fiktif |
| Lokasi | : Jl. Parahyangan, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia. |
| Luas lahan | : 26.400 m ² |
| Luas lahan | : 26.400 m ² |
| KDB | : 50% x Luas Site : 13.200 m ² |
| KLB | : 1 x 26.400 m ² : 26.400 m ² |
| KDH | : 30% x 26.400 m ² : 7,920 m ² |
| GSB ARTERI | : 20 m ² |
| GSB SEKUNDER | : 15 m ² |



Gambar 2.1. Lokasi Proyek

(Sumber : Google Maps, diakses tanggal 18 Januari 2021 dan diolah)

2.3. Definisi Tema

Pada proyek PACIMA menerapkan konsep arsitektur *post-modern*. *Post-Modern* dijelaskan oleh Charles Jenks seorang arsitek pencetus lahirnya Post-Modern menyebutkan adanya 3 alasan yang mendasari timbulnya Post-Modernisme [5], yaitu :

- Kehidupan kita sudah berkembang dari dunia serba terbatas ke desa-dunia (*world village*) yang tanpa batas. Perkembangan ini disebabkan oleh cepatnya komunikasi dan tingginya daya tiru manusia (*instant eclectism*).
- Canggihnya teknologi telah memungkinkan dihasilkannya produk-produk yang bersifat pribadi (*personalised production*), lebih dari sekedar produksi massal dan tiruan massal (*mass production and mass repetition*) yang merupakan ciri khas dari Modernisme.
- Adanya kecenderungan untuk kembali kepada nilai-nilai tradisional (*traditional values*) atau daerah, sebuah kecenderungan manusia untuk menoleh ke belakang.

Namun dalam perencanaan proyek ini, prinsip yang digunakan mengacu pada prinsip yang dikemukakan oleh arsitek Budi Sukada (1998) [6]. Sebuah karya arsitektur yang mempunyai lima atau enam ciri sudah dapat dikategorikan ke dalam arsitektur *post-modern*. Dari 10 prinsip, pada bangunan PACIMA menerapkan 6 prinsip yaitu:

- Berkonteks Urban
- Bersifat Plural
- Mengandung Unsur-Unsur Lokal atau Populer
- Bersifat Representasional

- Menerapkan Ornamantasi
- Bersifat Eklektik

2.4. Elaborasi Tema

Tabel 2.4. Elaborasi Tema Arsitektur *Post-Modern*

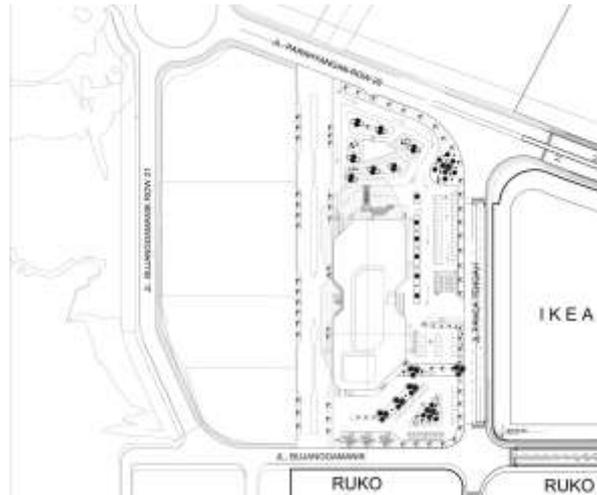
| | <i>Mall</i> | Arsitektur <i>Post-Modern</i> |
|----------------|--|--|
| <i>Mean</i> | <i>Mall</i> Adalah pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departement store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan. | Arsitektur <i>Post-Modern</i> merupakan suatu aliran baru yang menentang segala sesuatu kesempurnaan dari modernism, bahkan tak jarang menentang aturan yang ada dan mencampurkan berbagai macam gaya. |
| <i>Problem</i> | Adanya pandemi <i>Covid-19</i> memberikan dampak berkurang nya pengunjung pada <i>mall</i> . | Percampuran antara <i>pop-art</i> sebagai turunan post-modern dengan budaya Indonesia yaitu Batik Kawung, dimana kedua aspek tersebut memiliki latar belakang yang berbeda. |
| <i>Facts</i> | <i>Mall</i> masih dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan nya masing-masing. | Bentuk dan warna yang dilahirkan oleh aliran post-modern memberikan pengalaman yang baru dan unik bagi para pengunjung <i>mall</i> . |
| <i>Needs</i> | <i>Mall</i> yang dapat memberikan hiburan terhadap warga dan memenuhi kebutuhan hidup, namun dapat memberi kenyamanan dalam era pandemi. | Visual yang unik untuk memberikan perspektif baru terhadap <i>mall</i> yang akan dirancang. |
| <i>Goals</i> | Menciptakan <i>mall</i> yang dapat menunjang seluruh kebutuhan dengan menerapkan "Safety & Healty" sebagai bagian dari protokol kesehatan ketika berada di area Mall. | Menciptakan bangunan <i>mall</i> yang mengangkat unsur budaya sunda dengan percampuran <i>pop-art</i> pada penerapan warna maupun bentuk. |
| <i>Concept</i> | Merancang bangunan <i>mall</i> dengan menerapkan protokol kesehatan pada area <i>mall</i> guna mengurangi penyebaran Covid-19 dan penerapan Unsur Budaya Indonesia dengan percampuran <i>pop-art</i> pada bangunan <i>mall</i> . | |

Kesimpulan dari elaborasi tema Arsitektur *Post-Modern* pada bangunan PACIMA dapat memberikan kenyamanan dengan "Safety & Healty" ketika pengunjung beraktivitas di dalam *mall* dan penerapan *pop-art* yang memanjakan para pengunjung dan memberikan pengalaman yang baru dalam berbelanja.

3. HASIL RANCANGAN

3.1. Konsep dan Rancangan Tapak

Rancangan tapak pada bangunan PACIMA pada bagian Utara memiliki area taman yang dapat digunakan oleh pengunjung melakukan berbagai aktivitas di area tersebut. Selain menunjang aktivitas, taman tersebut merupakan akses menuju *main entrance* bangunan bagi pengunjung yang menggunakan angkutan umum dari Jalan Patahyangan Raya. Kemudian, pada area Barat terdapat area *greenspine* pengunjung dapat mengakses menuju *side entrance* dan melakukan aktivitas lainnya. Pada area tapak PACIMA terdapat tempat parkir outdoor untuk pengunjung, tempat parkir *outdoor* untuk ojek *online*, dan tempat parkir *outdoor* untuk pengelola yang berada di area Selatan tapak.



Gambar 3.1.1. Blokplan PACIMA

Zona pada area bangunan PACIMA dibagi menjadi 3 bagian yaitu zona publik, zona semi-publik, dan zona *private*. Pada zona publik terdapat area taman, *greenspine*, parkir *outdoor* mobil dan motor, dan parkir bus. Pada zona semi-publik terdapat area parkir *outdoor* mobil dan motor ojek *online* yang terintegrasi dengan area *main entrance* untuk memudahkan penjemputan penumpang. Akses masuk utama pengunjung menuju bangunan terdapat pada area Utara tapak berasal dari Jalan Parahyangan Raya dan akses keluar berada di area Timur menuju Jalan Panca Tengah. Untuk Akses pengelola dapat diakses melalui Jalan Panca tengah dan akses keluar berada di area Selatan menuju Jalan Bujang Manik.

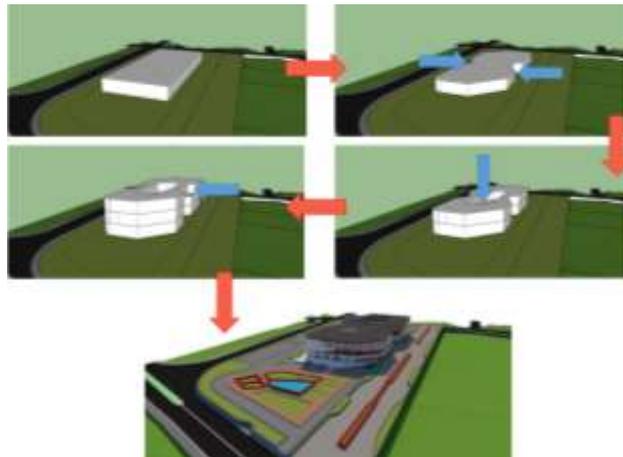


Gambar 3.1.2. Sirkulasi dan Akses Menuju Site

3.2. Konsep Gubahan Massa dan Rancangan Bangunan

Konsep gubahan massa pada bangunan PACIMA memiliki bentuk dasar yang memanjang mengikuti bentuk dari tapak yang berada di Jalan Parahyangan Raya. Kemudian, terjadi subtraktif pada bagian Timur dan Barat bangunan untuk memberikan sirkulasi dan area masuk dari arah *greenspine*.

Selanjutnya, terjadi kembali subtraktif pada tengah bangunan sebagai atrium yang nantinya menggunakan atap kaca untuk pencahayaan alami. Pada lantai 3 diberikan subtraktif pada area



foodcourt sebagai salah satu *anchor tenant*.

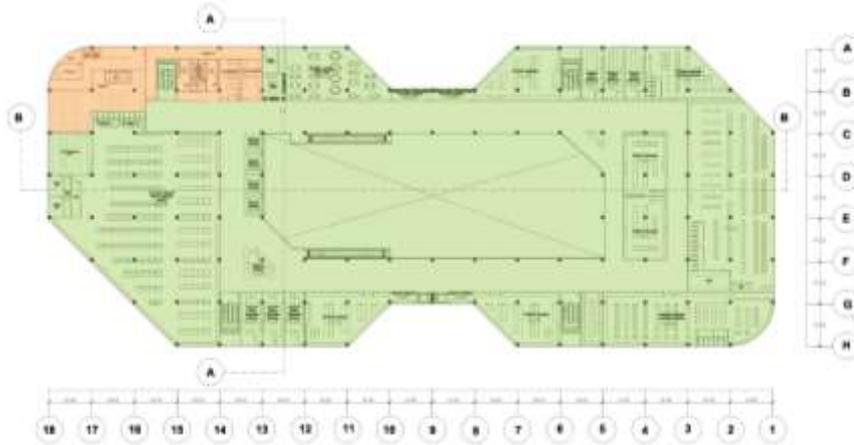
Gambar 3.2.1. Transformasi Gubahan Massa PACIMA

Konsep rancangan pada bangunan PACIMA memiliki 3 (tiga) lantai pusat perbelanjaan dan 1 (satu) lantai *basement*. Pada lantai dasar memiliki 3 zona yaitu zona publik berwarna hijau, zona privat merah, dan zona *service* berwarna kuning. Pada Area lantai dasar di dominasi dengan area zona publik yang merupakan *tenant-tenant* yang berada di area pusat perbelanjaan. Pada lantai dasar terdapat area atrium yang merupakan *void* diapit oleh ruang sekitarnya menjadi pusat orientasi bangunan[7] dan dapat digunakan sebagai area komersil sebagai tempat untuk pameran ataupun acara lainnya. Untuk *anchor tenant* pada area lantai dasar memiliki *supermarket* untuk memudahkan pengunjung setelah berbelanja mengakses ke area parkir. Pada zona *service* terdapat area *mushola*, toilet wanita, toilet pria, toilet difabel, gudang untuk memfasilitasi penyimpanan *tenant*, ruang elektrik, dan ruang sampah. Pada area zona *private* terdapat area pengelola pusat perbelanjaan yang terhubung dengan parkir pengelola di area belakang pusat perbelanjaan seperti, ruang tunggu, ruang direktur, ruang *human resources development*, ruang supervisor, ruang sekretaris, ruang rapat, ruang staff, ruang operator, ruang loker pria, dan ruang loker wanita.



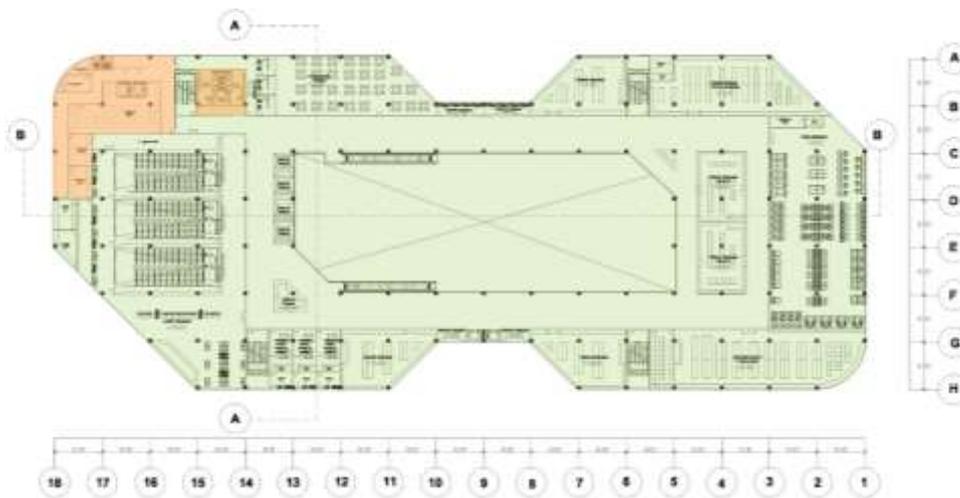
Gambar 3.2.2. Rancangan Denah Lantai Dasar PACIMA

Pada area lantai 2 (dua) terdapat 2 (dua) zona yaitu zona publik dan zona *service*. Area lantai 2 (dua) didominasi dengan *brand fashion*. Terdapat 10 (sepuluh) *tenant fashion brand*, 9 (sembilan) *booth tenant*, *anchor tenant* berupa *departement store* dan *brand fashion*, dan satu *tenant* makanan. Untuk zona *service* terdapat toilet wanita, toilet pria, toilet difabel, *ATM center*, ruang laktasi, ruang gudang lantai 2 (dua), ruang elektrik, dan ruang sampah.



Gambar 3.2.3. Rancangan Denah Lantai Dua PACIMA

Pada area lantai 3(tiga) terdapat 2 zona yaitu zona publik dan zona *service*. Area lantai 3(tiga) terdapat 3 (tiga) *tenant* makanan maupun minuman, 1 (satu) area *foodcourt*, 9 *booth tenant*, 5 *tenant fashion brand*, dan memiliki *anchor tenant* berupa bioskop, area bermain, toko buku, dan *tenant toys & hobbies*. untuk area zona *service* terdapat toilet wanita, toilet pria, toilet difabel, gudang barang untuk *tenant*, gudang dingin, gudang beku, ruang elektrikal, dan ruang sampah.



Gambar 3.2.4. Rancangan Denah Lantai Tiga PACIMA

3.3. Konsep dan Rancangan Fasad

Konsep fasad pada bangunan PACIMA berdasarkan 3 (tiga) prinsip Arsitektur Post-Modern yaitu mengandung unsur-unsur lokal, representasional, dan menerapkan ornamentasi.



Gambar 3.3.1. Tampak Utara Bangunan PACIMA

Pada Tampak Utara (**Gambar 3.3.1**) menerapkan representasional dan ornamentasi. Pada representasional diterapkan dari bentuk lengkung yang merepresentasikan gelombang air dan bagian bawahnya merupakan perahu yang mengadaptasi dari salah satu cerita rakyat Tangkuban Perahu. Pada bagian ornamentasi, terdapat ornamen Batik Kawung yang memiliki arti yaitu sebagai bunga teratai atau sebuah keindahan. Penempatan ornamentasi pada bagian Utara untuk memberikan kesan indah terhadap pengunjung yang datang melalui akses utama.



Gambar 3.3.2. Tampak Barat Bangunan PACIMA

Tampak Barat (**Gambar 3.3.2.**) fasad menyelaraskan dengan bagian utama terdapat ornamentasi Batik Kawung, lalu pada daerah depan diberi ruang untuk pemasangan iklan guna menarik pengunjung yang berada di area *greenspine*. Banyaknya bukaan di bagian Barat dikarenakan fungsi dari ruang seperti *café* dan *restaurant* untuk memberikan pemandangan ke arah *greenspine*.



Gambar 3.3.3. Tampak Timur Bangunan PACIMA

Tampak Timur (**Gambar 3.3.3.**) menerapkan salah satu turunan *post-modern* yaitu *pop art* yang dikenal penggunaan bentuk-bentuk dasar dan penggunaan warna komplementer. Pemilihan warna biru dan warna pink pada bentuk dasar untuk memberikan perspektif yang berlawanan dengan warna ornamen yang berada di tampak utama yang didominasi oleh turunan warna merah. Pada area belakang terlihat lebih masif karena kegunaan fungsi ruang. Pada fasad tersebut memiliki beberapa papan iklan untuk menarik perhatian pengunjung IKEA.



Gambar 3.3.4. Tampak Barat Bangunan PACIMA

Tampak Timur (**Gambar 3.3.3.**) didominasi dengan warna putih dan coklat bata dimana warna coklat tersebut untuk memberikan kesan batu bata dan warna netral yaitu putih. Area ini sebagai *entrance* pengelola dan di lantai dua dan tiga terdapat area *service*.

3.4. Konsep dan Rancangan Terkait Perancangan Tema

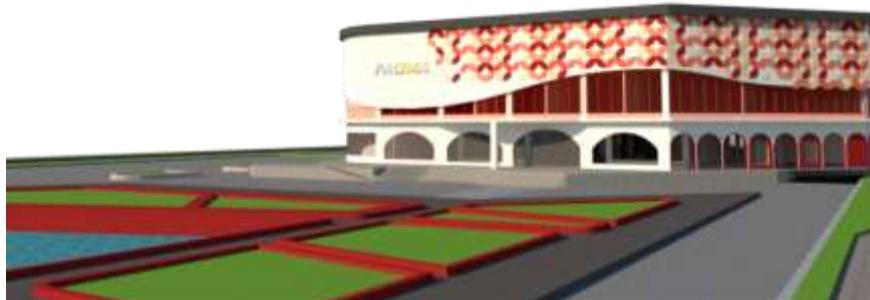
PACIMA merupakan pusat perbelanjaan yang menerapkan konsep arsitektur *post-modern* yang mengacu terhadap 5 (lima) dari 10 (sepuluh) prinsip Arsitektur *post-modern* menurut arsitek Budi Sukada, yaitu:

a. Berkonteks Urban

Dengan adanya pandemi *Covid-19*, maka penerapan protokol kesehatan seperti menjaga jarak, mencuci tangan, penggunaan masker yang nantinya akan berpengaruh terhadap tahap mendesain kawasan *mall* tersebut seperti lebar sirkulasi didalam bangunan. Selain itu terdapat gerakan “*Safety & Healty*” yang di terapkan pada *mall* guna menunjang aktivitas para pengunjung tanpa adanya rasa kekhawatiran para pengunjung, yang diantaranya penyediaan *hand sanitizer* berupa kotak di area pusat perbelanjaan (*Sanistasion*), penggunaan *touchless elevator operation*, dan pembayaran *e-payment* di setiap tenant.

b. Menerapkan Ornamentasi

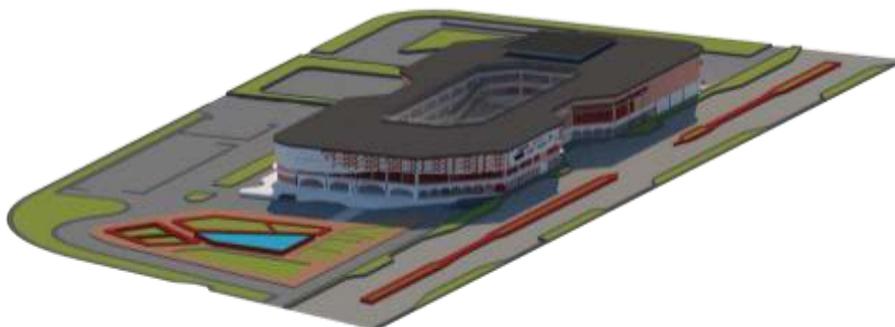
Ornamentasi banyak digunakan pada bangunan-bangunan arsitektur *post-modern* dengan warna yang lebih mencolok. Pada bangunan ini ornamentasi terdapat pada fasad bangunan yaitu Batik Kawung yang berasal dari Yogyakarta. Penerapannya penggunaan warna komplementer yang didasari oleh unsur *Pop-Art* berada di area Utara dan Barat bangunan. Ornamentasi tersebut menggunakan *aluminium composite panel (ACP)* dengan berbagai turunan dari warna merah.



Gambar 3.4.1. Ornamentasi Pada Fasad PACIMA

c. Bersifat Representasional

Representasional yang dimaksud adalah pengetahuan-pengetahuan umum yang ingin disampaikan sehingga tercipta ide/gagasan yang dapat diwujudkan dalam desain. Ide dasar dari perancangan pusat perbelanjaan ini adalah mengambil ide dasar bangunan berbentuk perahu. Bentuk tersebut merepresentasikan salah satu gunung yang berada di Bandung yaitu Tangkuban Perahu sebagai contoh objek alam yang memiliki identitas dengan daerah Bandung.



Gambar 3.4.2. Bentuk Bangunan PACIMA Merepresentasional Tangkuban Perahu

d. Bersifat Plural

Post-modern memiliki salah satu keunikan terhadap bentuk maupun pemilihan warna yang diterapkan pada bangunan. Beberapa bangunan *post-modern* mengangkat “*pop art*” pada era 80an. Dimana penggunaan warna yang kontras menjadikan bangunan sebagai “*eye catching*” terhadap pengunjung. Salah satunya seniman yang mengenalkan *pop culture* yaitu Andy Warhol menggunakan warna-warna cerah yang bertabrakan, memberikan kesan baru terhadap karya seninya. Pada bagian eksterior penerapan *pop art* berada pada fasad area Timur.



Gambar 3.4.3. Penerapan Pop Art Pada Eksterior Bangunan

Penerapan arsitektur *post-modern* pada area dalam bangunan dengan memberikan mural *pop-art* di beberapa bagian dalam bangunan. Pada bagian lorong utama bagian depan bangunan, di kedua sisi adanya *pop-art* yang membentuk garis-garis dasar dengan penggunaan warna merah dan ungu yang memberikan kesan cerah. Pada bagian kedua yaitu area lantai 3 dimana area bermain yang memiliki dinding masif di pergunakan untuk mural dengan warna dasar seperti merah, kuning, biru, merah muda, dan jingga.



Gambar 3.4.4. . Penerapan Pop Art Pada Interior Bangunan

e. Eklektisme

Eklektisme adalah pemikiran atau upaya untuk menggabungkan nilai dan unsur lama dengan unsur baru, tradisional dengan lokal. Unsur baru dan unsur lama dapat ditinjau dengan adanya *Covid-19* dimana kebiasaan lama harus dirubah dengan adanya wabah tersebut. Dengan menerapkan “*Safety & Healty*” sebagai bagian protokol kesehatan dalam bangunan pusat perbelanjaan ini, pengunjung dapat melakukan aktivitas tanpa adanya kekhawatiran. Pada bangunan ini menerapkan unsur lama dengan penggunaan bukaan berbentuk lengkung terhadap bukaan area lantai 1 (satu) tersebut untuk memberi kesan baru terhadap pengunjung.

4. SIMPULAN

PACIMA (Parahyangan City Mall) merupakan pusat perbelanjaan yang berada di Kota Baru Parahyangan dengan penerapan konsep arsitektur *post-modern*. Dengan adanya 6 (enam) prinsip arsitektur *post-modern* berdasarkan pemikiran arsitek Budi Sukada yang diterapkan dan ditambahkan dengan konsep “*Safety & Healty*” pada bangunan PACIMA, bangunan ini dapat memberi pengalaman baru dalam berbelanja dan memberi kenyamanan kepada pengunjung. Ornamantasi pada bagian fasad yang mengusung kebudayaan Indonesia yaitu Batik Kawung, dan penerapan *pop art* pada bagian interior bangunan memberikan pengalaman baru dalam mengunjungi pusat perbelanjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kota Baru Parahyangan, “Kota Baru Parahyangan,” 2018.
<https://kotabaruarahyangan.com/tentang-kbp/visi-misi> (accessed Feb. 20, 2021).
- [2] Y. Petriella, “Dampak Covid-19, Pemilik Pusat Belanja Keluhkan Penurunan Kunjungan,” *Bisnis.com*, 2020.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200911/47/1290586/dampak-covid-19-pemilik-pusat-belanja-keluhkan-penurunan-kunjungan> (accessed Feb. 21, 2021).
- [3] N. Beddington, *Design for Shopping Centre*. London: Butterworths Design Series, 1982.
- [4] Pemerintah Provinsi Jawa Barat, “Kabupaten Bandung Barat,” 2017.
<https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1057> (accessed Feb. 23, 2021).
- [5] R. Levin and C. A. Jencks, “The Language of Post-Modern Architecture,” *J. Aesthet. Art Crit.*, vol. 37, no. 2, 1978, doi: 10.2307/429857.
- [6] B. Sukada, “Analisis Komposisi Formal Arsitektur Post-Modern.” Seminar FTUI-Depok, Jakarta, 1988.
- [7] H. Rubenstein M., *Central City Malls*. New York: John Welly & Sons, 1994.