

# DESAIN ARSITEKTUR PUSAT PERBELANJAAN DAN FENOMENA MASYARAKAT KONSUMEN

LAKSMI KUSUMA WARDANI

## ABSTRACT

*Modern architectural designs tend to look similar. They are built in massive forms with simple geometry and perform structural and functional aesthetic values that show the mixture of mechanical aesthetic elements and economical aesthetics engineering. The fact that there are a big number of shopping malls built in numerous cities in Indonesia is the physical evidence of the modern design. It also indicates that consumerism culture grows quickly in the pluralistic urban society*

**Keywords:** *shopping malls, modern architecture, consumerism.*

## ARSITEKTUR MODERN DAN PERMASALAHANNYA

Desain arsitektur modern dihasilkan berdasarkan pola pikir, yang sangat memperhatikan konsekuensi dan kesepakatan bersama. Setiap bentuk desainnya mengutamakan permainan ruang. Ruang-ruang yang dihasilkan mengalami banyak pertimbangan di dalam pembuatannya, karena disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan terhadap bangunan tersebut. Penerapan Standarisasi produk dan jumlah produksi berskala besar, setiap komponen dalam desain arsitektur modern memiliki kesamaan yang dapat dipertukarkan, terutama sebagai suku cadang. Hal ini membuat bentuk-bentuk arsitektur cenderung sebangun. Tata cara yang sistematis dengan konsep standarisasi, menimbulkan adanya keseragaman yang dapat menembus batas budaya dan geografi, yakni dengan cara semua ornamen dihilangkan,

diganti dengan memadukan unsur estetika dan rekayasa estetis. Bentuk masif, sederhana, bergaris linier dan menunjukkan komitmennya terhadap estetika mesin (bangunan arsitektur pada akhirnya dikonstruksi menurut metafor mesin era industri) menjadi konsep desain modern. Unsur-unsur dekoratifpun menjadi suatu tampilan yang bersifat struktural dan fungsional, dan terjadi pengabstrakan bentuk yang mengarah ke geometris.

Gaya modern beranggapan bahwa penataan yang simetris adalah pemborosan ekonomi. Simetris dianggap menyia-nyiakan ruang, dan penataan ruang yang asimetris menunjukkan desain yang demokratis. Lebih lanjut dikatakannya, bentuk simetri pada arsitektur, khususnya atap dan plafon, dapat menyebabkan timbulnya rasa tidak aman, ketakutan, ketidak pastian atau dengan kata lain menyebabkan suatu keadaan takut hidup. Bentuk-bentuk simetris pada atap kebanyakan dipakai di bangunan keditaktoran Amerika Serikat, bangunan lembaga teokratis, sehingga simetris dianggap sebagai simbol kekuasaan (menimbulkan suatu pandangan, bahwa tampang arsitektur mampu memberi *image* tertentu kepada masyarakat).<sup>1</sup>

Ciri lain arsitektur modern adalah konsep *fungsionalisme* (bentuk dan desain mengabdikan pada fungsi, menghindari pola-pola ornamen dan dekorasi), yang berkembang dari pemikiran rasional, lebih mengutamakan kebenaran sains, terpengaruh oleh doktrin-doktrin filsafat, politik, dan artistik. Menurut Hendar Putranto, para desainer dan arsitek penganut aliran ini mempunyai ide-ide utopis, yang oleh Robert

Venturi dikritik 'kurang memahami dan kurang otoriter dalam orientasi', karena arsitek modern mengabaikan ornamen demi obsesinya pada ruang, struktur dan program. Bagi Robert, arsitektur modern kering dan membosankan.<sup>2</sup> Karya arsitektur modern adalah karya tidak nyata, sebab dipertanyakannya apakah memang manusia ingin menikmati tinggal di sebuah rumah kaca atau baja, atau semua itu tidak lebih sebagai usaha untuk membuktikan bahwa pemiliknya mengerti arsitektur modern?<sup>3</sup>

Konsep desain modern dalam perkembangan selanjutnya menjadi standar, *mainstream*, dan universal di negara-negara berkembang, seperti Indonesia. Pembangunan gugusan-gugusan bangunan metropolitan mulai berkembang, diharapkan memenuhi tuntutan-tuntutan sebagai berikut: (1) Konstruksi harus terbuka terhadap kebebasan penataan sebanyak mungkin, (2) Susunan bangunan harus mampu mengabdikan pelbagai fungsi, (3) Tata letak terpadu dari bagian-bagian massa bangunan harus tercapai, (4) Pengembangan yang bertumbuh terus harus mudah dibuat, (5) Semua bagian harus mudah diganti secara standar, (6) Segala sistem dan saluran pelayanan teknis harus terpadu integral, (7) Fungsi pendukung dan fungsi pembagi ruang harus terpisah, (8) Daerah kemampuan penerapan harus luas lewat modul-modul, (9) Derajat efisiensi pembuatan secara industrial harus tinggi, (10) Pembuatan perakitan dan seluruh proses harus ekonomis.<sup>4</sup>

Memperhatikan perkembangan nilai estetika yang ada di Indonesia saat ini (nilai estetika sebagai ujung tombak budaya merupakan hasil budaya yang mudah terlihat), desain cenderung mengekspresikan nilai estetika Barat. Karena pengaruh masuknya kebudayaan Barat tanpa adanya penyaringan, membuat proses transformasi budaya estetika tidak seimbang, antara kebudayaan Barat yang diadopsi besar-besaran tanpa mengerti lebih mendalam nilainya dan yang bersifat ekspansif, dengan

kebudayaan lokal yang semakin tenggelam. Masyarakat Indonesia pada umumnya kurang menyadari terjadinya hegemonisasi budaya Barat dan cenderung bersifat positif terhadap bangunan yang mengacu pada gaya hidup modern. Ditambah dengan adanya kapitalisme produksi (berkaitan dengan keterbatasan modal, teknologi, dan ilmu), pelaksanaan demokrasi dan media pers yang memiliki kebebasan menuangkan ekspresi, dan pengetahuan masyarakat tentang sains yang sangat kurang, mengakibatkan aspek mentalitas kebudayaan menjadi tidak selaras dengan gaya hidup masyarakatnya (pola pikir dan perilaku atau tindakan).

Pada bulan September 1984, sebuah seminar diselenggarakan oleh Ikatan Arsitek Indonesia yang membahas masalah jatidiri arsitektur nasional. Ada dua perbedaan pendapat yang muncul. Pertama menginginkan pembangunan jatidiri arsitektur nasional melalui acuan bentuk tradisional, dan berusaha menerapkannya pada proyek pembangunan pemerintah. Pandangan kedua menginginkan penciptaan citra budaya baru, citra yang juga akan memuat nilai-nilai dan pandangan 'Barat'. Pada pandangan kedua, jatidiri Indonesia yang khas akan muncul secara bertahap sebagaimana unsur-unsur asing menyesuaikan diri pada keadaan dan kebutuhan setempat. Dua pandangan itu menimbulkan kebimbangan bagi para arsitek Indonesia untuk mengembangkan jati dirinya.

Dunia arsitektur modern Indonesia sangat rumit dengan bentuk dan beragamnya penyesuaian yang muncul dalam berbagai konteks, dan sangat sulit untuk mengenali pengaruh utama dalam perkembangan arsitektur di Indonesia. Meskipun demikian, di banyak kota besar, gaya modern terus berkembang, dan mengakibatkan terdesaknya unsur-unsur setempat. Kritikus menyebutnya sebagai 'krisis jati diri budaya'. Sebenarnya jika kita mau belajar, maka desain yang dihasilkan dari

masa penjajahan, pergerakan nasional dan kemerdekaan sampai pembangunan menjadi proses introspeksi diri baik terhadap lingkungan masyarakat, peradaban maupun masa depan, yang berlangsung secara bertahap, karena permasalahan desain berkembang seiring dengan perilaku sosial dan perkembangan masyarakatnya. Dengan demikian, terdapat upaya untuk mengurangi kesalahan dan menyempurnakan desain yang akan dikerjakan selanjutnya, dan kita dapat melangsungkan kehidupan yang lebih layak (desain sebagai pemecahan masalah sosial).

#### FENOMENA MASYARAKAT KONSUMEN

Pertumbuhan masyarakat konsumen diawali dengan masuknya kebudayaan modern pada masa pemerintahan kolonial, mulai berkembang di masyarakat Indonesia sejak diperkenalkan pendidikan modern di akhir abad ke-19. Kondisi tersebut dengan cepat mengubah struktur sosial masyarakat, dan secara bertahap menanamkan benih tumbuhnya masyarakat kota yang egaliter dan berselera tinggi.<sup>5</sup> Kehidupan masyarakat masa kini tidak lagi didasarkan pada pertukaran barang yang berdaya guna, melainkan pada komoditas sebagai tanda dan simbol dalam wujud kode. Masyarakat masa kini mempunyai kultus-kultus sendiri seperti kemasan benda-benda, citra, televisi serta terhadap konsep kemajuan dan pertumbuhan. Kehadiran desain modern mengantarkan masyarakat ke arah gaya hidup *consumerism*, sebagai refleksi negara maju.

Konsumerisme adalah konsumsi yang mengada-ada, yang dicari untuk mengangkat identitas, rasa percaya diri dan simbol status. Potret masyarakat ini dapat dilihat di Jakarta, di pusat-pusat perbelanjaan di Surabaya yang setiap hari Sabtu dan Minggu padat dengan orang berbelanja. Sebuah fenomena *drugstore* di mana semua serba ada, mulai dari sembako, makanan, hiburan, salon kecantikan, spa, kafe, sarana

olahraga, bioskop dan sebagainya, tanpa disadari merupakan akibat logis dari industrialisasi. Dalam iklim kapitalisme bebas, industri memiliki watak untuk memperbesar usaha secara cepat dan bersinambungan. Tuntutan perputaran ekonomi antara produsen dan konsumen menjadi hukum yang harus dipatuhi oleh kota-kota tersebut. Bukan berpusat pada produksi ekonomi, melainkan pada jasa hiburan, kenikmatan dan gaya hidup. *Mall*, plaza, pusat-pusat perbelanjaan lainnya menawarkan kemudahan-kemudahan yang didalamnya menjadi ladang subur untuk mengubah masyarakat konsumen menjadi masyarakat konsumtif, menjadi pusat berkembangnya gaya konsumerisme.

#### PUSAT PERBELANJAAN DAN MASYARAKAT KONSUMEN

Arsitektur adalah hasil dari kebudayaan manusia dalam merespon alam. Iklim dan lingkungan yang berbeda, menghasilkan arsitektur yang berbeda. Lingkungan dengan iklim tropis basah seperti Bandung menghasilkan arsitektur kampung, yang berbeda dengan lingkungan pantai seperti Surabaya yang beriklim tropis kering dengan arsitekturnya yang masif. Perbedaan paling nyata ada pada bentuk atapnya. Atap pada arsitektur kampung memakai genteng tanah liat, untuk meredam panas, namun masih memungkinkan terjadinya aliran udara pada ruang bawah atap, sedangkan pada arsitektur pantai digunakan atap dak beton yang sama sekali masif, sebagai antisipasi terhadap suhu panas yang kering.<sup>6</sup>

Beberapa tahun terakhir ini, Bandung sudah menjadi kota tujuan wisata belanja orang-orang dari Jakarta. Akibatnya, tidak mengherankan kalau setiap hari Sabtu dan Minggu, lalu lintas di kota Bandung sering macet. Salah satu daya pikat kota ini adalah merebaknya *factory outlet* (FO). Pada umumnya orang-orang Jakarta yang datang ke Bandung tidak hanya berbelanja



GAMBAR 1. Salah satu *factory outlet* di jalan Dago, Bandung. Hasil permak arsitektur rumah tinggal menjadi tempat perbelanjaan dengan nuansa modern, yang diwakili dengan permainan bidang-bidang geometrik.



GAMBAR 2 & 3. (Kanan atas: Bandung Indah Plaza; kanan bawah: Istana Plaza Bandung) Bentuk arsitektur modern dengan permainan bidang-bidang segi empat. Dinding yang rata dilengkapi dengan tekstur yang menyenangkan dari garis-garis horisontal. Struktur yang memberi perlindungan pada bentuk bangunan, tampaknya berangkat dari sebuah bentuk kotak yang berdiri tegak. Mall atau plaza di Bandung ini tidak mampu menyaingi pasar tradisional dan *factory outlet* yang semakin menjamur. Walaupun desain arsitektur *factory outlet* rata-rata cenderung berkarakter rumah tinggal dan sederhana bentuknya.



pakaian, tetapi juga ingin menikmati suasana yang beda dengan kota Jakarta yang sehari-hari membuat orang menjadi stres berat. Sebagian pemilik FO di Bandung mengetahui betul kondisi psikologi konsumennya. Karena itu, hampir setiap FO di Bandung tidak hanya bersaing dalam menampilkan produk pakaian paling mutakhir, tetapi juga berkompetisi membuat desain dan interior yang unik serta menarik agar pengunjung mau datang. Sudah menjadi pemandangan biasa bahwa rumah-rumah di Bandung yang dulunya hanya berfungsi sebagai tempat bermukim, sekarang berubah menjadi tempat usaha. Ini menunjukkan fenomena yang berbeda dengan kota metropolitan, di mana arsitektur tempat perbelanjaan benar-benar dirancang dengan tujuan awal dan akhir yang sama (bukan alih

fungsi bangunan).

Apabila mengikuti perkembangan desain maupun bentuk arsitektur bangunan FO yang ada di Bandung, selalu ada perubahan dari waktu ke waktu. Pada tahun 2001, sejumlah FO di Bandung hanya memanfaatkan rumah-rumah tua, direnovasi sedikit, maka jadilah FO. Namun, sekarang renovasi dilakukan secara serius dan berkonsep. Keberadaan FO bukan hanya ditentukan oleh produk atau merek pakaian yang dijual, tetapi atmosfer suatu lingkungan juga ikut mendorong tumbuh suburnya FO. Menjamurnya *factory outlet* ini juga bisa dijadikan indikator peningkatan masyarakat konsumtif di Bandung.

Arsitektur modern di Indonesia berkembang hampir di seluruh kota-kota besar di Indonesia, termasuk Bali. Arsitektur modern sering disebut



GAMBAR 4 & 5. (Kiri: Malioboro Mall Yogyakarta; kanan: Galeria Mall di Jalan Solo, Yogyakarta) *Mall-mall* di Yogyakarta, peluang bagi investor untuk mendirikan bangunan dengan diberikannya kelonggaran-kelonggaran oleh instansi pemerintah setempat, ditambah dengan pertimbangan identitas kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata. Perpaduan unsur tradisional dan modern harus hati-hati dalam penempatan dan pemilihan bentuknya, sehingga masyarakat tidak salah kaprah dalam membaca makna pada ujud visualnya .

egosentrik, yaitu desain bangunan yang terlihat hanya sebagai sebuah sarana pemenuhan kepuasan atau kebutuhan estetis dan penegasan diri dari sang arsitek.<sup>7</sup> Masuknya arsitektur modern di Bali disertai dengan berkembangnya permintaan dari pemerintah dan organisasi-organisasi swasta terhadap perencanaan massal, yang membuat para arsitek dihadapkan pada konstruksi bangunan besar dan kebingungan terhadap pelestarian budaya lokal. Padahal penyeragaman akan melahirkan masalah-masalah sosial.

Demikian pula di kota Yogyakarta yang memiliki sejarah panjang sebagai kota kerajaan yang berkembang menjadi bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Menjamurnya pengembangan pusat perbelanjaan di bagian utara Keraton Yogyakarta menjadi tanda bercampurnya nilai budaya tradisional dan modern. Kehidupan masyarakat tradisional yang penuh dengan nilai mitis di masa lalu seakan-akan dipaksa dengan cepat berubah menjadi ekonomis, efisien, dan praktis. Semoga itu tidak melunturkan pandangan hidup dan

etika masyarakat Yogyakarta. Pemikiran yang realistis dan logis, sewajarnya adalah pandangan hidup dan etika Jawa yang luhur menjadi dasar bagi pengembangan mentalitas masyarakat masa kini, yakni dengan tetap mempertahankan keselarasan hidup manusia sebagai makhluk pribadi, makhluk sosial dan makhluk-Nya yang hidup di alam semesta. Diperlukan sikap yang bijak dalam mensikapi tuntutan hidup manusia menjadi lebih baik. Alam semesta memiliki kearifan yang patut dijaga kelangsungan dan keberlanjutannya dari generasi ke generasi.

Arsitektur modern yang seragam, menunjukkan suatu standarisasi yang sama/massal. Bentuk, bahan, ukuran, warna, susunan dan organisasi ruang sama. Tujuannya adalah mempermudah dalam perancangan, pemotongan/pemasangan material (secara proses industri/mekanik gampang pembuatannya) dan pelaksanaan pembangunan. Pada umumnya tampang bangunan berubah karena kebutuhan akan nilai-nilai estetis penghuninya, bukan dari pengembang atau developer. Desain dibuat seragam karena memperhatikan faktor ekonomi, mudah, murah, dan cepat pembuatannya. Sebuah ciri khas desain massal pengaruh gaya modern, kering dan membosankan.

Lain halnya dengan kota Jakarta. Sebuah kota besar seperti Jakarta sangat mengembirakan, mempesona (bagi yang belum pernah ke sana), membuat orang terkagum-

kagam dengan gedung-gedung yang menjulang tinggi, tetapi juga penuh ketegangan dan frustrasi. Membuat seseorang dengan pelan-pelan hilang dalam besarnya ukuran bangunan, dan mencari hiburan karena jenuh dengan kerutinan yang monoton, kemacetan lalu lintas dan keinginan untuk untuk mendapatkan sesuatu dengan cepat tanpa harus keluar menuju kemacetan. Sebuah kehidupan modern dengan tingkat kepadatan tinggi seperti Jakarta dan Surabaya.

Desainer, arsitek, kontraktor, pemilik modal sadar akan hal tersebut. Mereka mulai merancang arsitektur bangunan yang memuaskan emosi-emosi yang timbul sebagai akibat aktifitas kota. Sebuah bangunan yang menampung berbagai fasilitas yang lengkap, efisien, praktis, mudah dan cepat. Sebuah bangunan yang menyimbolkan kekuasaan akan kesenangan dan kepuasan. Menciptakan sebuah gaya hidup khas orang-orang kota yang pluralistik. Dimana rasa tidak peduli merupakan rekor kekuatan yang ambisius dan tidak dapat dielakkan lagi di jaman sekarang ini.

Arsitektur Rockefeller Center di New York City, mengilhami semua disain pusat-pusat perbelanjaan dan bangunan-bangunan di kota metropolitan, seperti Jakarta dan Surabaya. Pusat perbelanjaan, gedung-gedung perkantoran, bioskop, kafe, dan sebagainya, merupakan bangunan arsitektur yang menarik perhatian masyarakat untuk datang berbondong-bondong. Ketertarikan untuk belanja akhirnya membuat mereka menjadi *consumerist* (ekspresi dari gaya hidup jaman sekarang), yang mengadopsi metode manajemen pabrik, dan implikasi rasionalisasi, standarisasi dan pengembangan-pengembangan ilmiah. Yang juga menyempurnakan perubahan penting pada profesi perancang industri, desainer, dan arsitek. Peningkatan mata uang merupakan gagasan rancang bangun konsumen yang mempermudah proses konsumsi.

Pesatnya perkembangan kota Jakarta tumbuh bersama pusat perbelanjaan istimewa yang dapat memberikan pengalaman belanja berkelas dunia. Berdasarkan visi itulah, para pemegang saham membangun apa yang kemudian dikenal sebagai kawasan pengembangan komersil yang termegah di Jakarta. Penyajian pengalaman gaya hidup yang trendi dan pelayanan yang tak adaandingannya, menjamurlah berbagai pusat hiburan kelas atas di Jakarta, melengkapi Jakarta dengan sebuah "*bench mark*" baru dalam industri hiburan yang ditandai dengan arsitektur modern, konsep retail yang inovatif, serta fasilitas hiburan dan tempat bersantap dengan kelas tersendiri.

Pusat Perbelanjaan Plaza Indonesia yang terletak di jantung pusat bisnis kota Jakarta misalnya, merupakan suatu lambang kekuasaan dari sebuah rasionalisme, menawarkan pengalaman belanja kelas dunia bagi para pelanggannya. Arsitektur yang menjulang tinggi dan megah menggambarkan suatu fenomena perilaku konsumen yang terfokus dan berorientasi pada objek dan penikmatan. Hal ini juga bisa memperlihatkan bahwa desain arsitektur pusat perbelanjaan dapat menjadi indikator tingkat dan minat konsumsi masyarakat kelas elite. Keunggulannya terletak pada eksklusifitas para penyewa utamanya, gedung yang megah, menyajikan merek-merek mewah, produk rumah tangga dan restoran pilihan, flagship butik-butik internasional kelas atas, memiliki pelayanan berkelas bintang lima dan begitu banyak pelanggan loyal kelas atas.

Hal senada terjadi pula di Surabaya. Bila mengingat masa lampau, di mana Surabaya merupakan kota pelabuhan, tempat transisi para pedagang-pedagang yang masuk ke Jawa, yang mengenalkan transaksi jual beli, kesenangan, keindahan, dan sebagainya. Membuka peluang untuk berasumsi, bahwa menjamurnya plaza atau pusat perbelanjaan dengan pesat di Surabaya menjadi sesuatu hal yang wajar dan



GAMBAR 6. Pusat Perbelanjaan DTC, Jl. Wonokromo Surabaya. Bangunan awalnya merupakan pasar tradisional, yang kemudian diubah menjadi *trade centre*. Arsitektur bangunannya secara struktural sama dengan Istana Plaza di Bandung. Struktur yang memberi perlindungan pada bentuk segi empat, dinding seakan-akan merupakan bidang yang flat, dengan jendela sebagai permainan garis horizontal yang menjadi tekstur pada bangunan. Memperlihatkan suatu tampilan dekoratif yang fungsional dan kesederhanaan bentuk geometris pengaruh gaya modern yang kering dan monoton.

‘dimaklumi’. Apakah fenomena ini merupakan tuntutan perkembangan masyarakat perkotaan yang cenderung konsumtif? Kenyataannya pada hari-hari biasa (Senin sampai Jumat), pengunjung yang datang ke plaza atau *mall* tidak seramai pada hari Sabtu dan Minggu. Kecenderungannya sebagian besar masyarakat lebih senang belanja pada hari-hari biasa, sebaliknya hari Sabtu hanya digunakan untuk jalan-jalan, mejeng, ngobrol di kafe-kafe dan sebagainya (pengunjung banyak, tapi sedikit yg belanja). Meskipun dari sisi lain, pengunjung yang memenuhi bangunan menguntungkan sirkulasi uang di Surabaya. Makin banyak pertokoan berarti menambah gairah bidang ekonomi, karena cepatnya arus perputaran uang. Sebuah alasan-alasan bisnis yang ditumpangi dengan hiburan-hiburan untuk kepuasan emosional.

Kekhawatiran akan budaya konsumtif pada generasi muda sangat mungkin terjadi. Bahkan banyak orangtua yang mengajak anaknya masuk ke *mall*, yang secara tidak langsung perilaku tersebut akan membiasakan si anak untuk hidup konsumtif (kebiasaan dan budaya orang tua yang di contoh anak). Kemungkinan orangtua pun membenarkan dan tidak mengambil peduli terhadap permasalahan tersebut, dengan alasan jangan sampai si anak ketinggalan jaman dan tetap mengikuti perkembangan mode. Sebuah

pemikiran yang memprihatinkan, gaya hidup konsumen yang telah sampai pada tataran mengkhawatirkan, patologis. Konsumerisme abad 21 yang merusak, tidak kompromi, dan harus di lawan, dalam arti oleh masyarakat (individu maupun kelompok), infrastruktur dan lembaga-lembaga yang terkait.

Dalam konteks arsitektur, menjamurnya pusat perbelanjaan memperkuat karakter Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia. Pusat Perbelanjaan GOCI (Golden City Mall), dari namanya saja sudah memperlihatkan bahwa *mall* ini ditujukan untuk masyarakat kota. Menggambarkan kemegahan sistem industri dengan lengkungan struktur baja, beton dan kaca. Sebuah pusat perbelanjaan yang menggambarkan gaya hidup masyarakat modern, belanja di toko atau butik, jalan-jalan santai di *mall*, makan di kafe atau restoran, dan sebagainya, sambil menikmati keindahan interior-arsitektur bangunan. Menawarkan suatu hiburan, kepuasan, relaksasi dan prestise. Bentuk-bentuk segi empat yang sederhana, dengan komposisi garis vertikal-horisontal sebagai struktur dengan dinding kaca untuk masuknya cahaya alami, bersatunya bentuk dan dekorasi, memperlihatkan ciri arsitektur modern dengan tujuan mempercantik kota, mengundang konsumen untuk datang berbondong-bondong dan melihat apa isi



Gambar 7. Wajah modern arsitektural pusat perbelanjaan GOCI di Jl. Kh. Wahab Siamin Surabaya.



GAMBAR 8 & 9. Pusat Perbelanjaan Tunjungan Plaza 1 dan 2.



Gambar 10. Tunjungan Plaza 4 di Jl. Embong Malang, Surabaya. Merupakan bangunan menerus yang menembus Tunjungan Plaza 1 dan 2 (memperlihatkan suatu desain 'tambal sulam' yang tidak terencana, hanya mengejar pemenuhan ekonomi dan keuntungan). Wajah arsitektur yang beda, polesan yang tidak *unity* dengan Tunjungan Plaza 1 dan 2 (walaupun secara struktur juga merupakan gubahan massa geometrik).

di dalamnya. Tampang bangunan secara keseluruhan tampak asimetris, wajah lain dari arsitektur modern yang lebih dinamis, keseimbangan yang indah dalam bentuknya

Pusat perbelanjaan lainnya yakni Tunjungan Plaza di Jl. Basuki Rachmat Surabaya. Bangunan ini terletak di jantung ibukota dan pusat perekonomian Surabaya, memberikan *image* Surabaya sebagai pusat kota perdagangan,. Bangunan Tunjungan Plaza 1 dan 2 sudah mengalami perubahan dan modifikasi dari wajah sebelumnya. Bentuk asimetris, dengan struktur dan permainan bidang-bidang yang flat. Penggunaan warna metal, mencoba





GAMBAR 9. Interior Tunjungan Plaza 3 Surabaya (terusan dari bangunan Tunjungan Plaza 1 dan Tunjungan Plaza 2). Menawarkan suatu kemegahan dan kekokohan struktur bangunan. Tampak perulangan bentuk yang konstan, irama yang monoton dalam bentuk.

menghadirkan kemegahan teknologi. Secara struktural, bentuk bangunan merupakan olah massa bentuk silinder dan persegi panjang

#### KESIMPULAN

Arsitektur modern ditandai dengan adanya bentuk-bentuk gubahan massa dari bentuk geometrik. Pola atau dekorasi hanyalah bagian dari struktur bentuk yang fungsional membentuk tekstur pada bidang. Pada umumnya, perkembangan arsitektur modern di kota-kota besar, ditandai dengan bentuk yang menjulang tinggi dan bertingkat, memperlihatkan kesombongan akan terpenuhinya fasilitas yang lengkap. Arsitektur pusat perbelanjaan seperti *mall* atau plaza sebagai sebuah obyek desain, mampu menggambarkan suatu fenomena gaya hidup dan perilaku masyarakat, dapat menjadi indikator tingkat dan minat konsumsi masyarakatnya. Semakin banyaknya

pembangunan plaza dan pusat-pusat perbelanjaan lainnya menjadi suatu indikator meningkatnya gaya hidup masyarakat perkotaan yang konsumtif. Menjadi kebutuhan yang mengakar dalam kehidupan dan menjadi ciri khas budaya masyarakat kota yang pluralis.

#### CATATAN AKHIR

1. Bruno Zevi, *The Modern Language of Architecture*, Da Capo Press, New York, 1994, p.53.
2. Hendar Putranto, *Teori Kebudayaan: Analisis budaya dari pascamodernisme dan pascamodernitas*, Kanisius, Yogyakarta, 2005, p.235.
3. Joyce Marcella Laurens, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*, Penerbit PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta, 2004, p.29.
4. Mangunwijaya, *Wastucitra*, PT. Gramedia, Jakarta, 2009:59.
5. Agus Sachari, *Sosiologi Desain*, Penerbit ITB, Bandung, 2002:30,88.
6. Deddy Halim, *Psikologi Arsitektur*, Penerbit PT.

- Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta, 2005, p.42.
7. *Ibid*, p.23.
- Jonathan M. Woudhan, *Twentieth-Century Design: Commerce, Consumerism, and Design*, Oxford University Press, New York, 1997.

**KEPUSTAKAAN**

May Adeline Tumenggung, *Teori Kebudayaan: Kebudayaan, (para) Konsumen*, Kanisius, Yogyakarta, 2005.