

Analisis Estetika Visual Pada Malang Creative Center Sebagai Citra Kota Kreatif

Moh Lutfi

Fakultas Arsitektur dan Desain, UPN “Veteran” Jawa Timur

Azkie Avenzoar

Fakultas Arsitektur dan Desain, UPN “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis: m.lutfijr07@gmail.com

Abstract. *The city of Malang, which was awarded the title of Creative City in 2021 through a decision made by the Ministry of Tourism and Creative Economy regarding the designation of creative regencies and cities in Indonesia, stands as an effort to enhance the potential of the creative economy in the country. Malang is the sole city in East Java selected as the Creative City for 2021. The Malang Creative Center serves as a central hub for creative activities in the city, providing a space for the community to develop their creative abilities. As a focal point for creative endeavors, the visual aesthetics of the Malang Creative Center should reflect the building's function in accommodating the various creative activities within. This study utilized a qualitative research method, employing a literature review approach, data management methods, analytical methods, and exploration of their application to the built environment. The research findings indicate that the aesthetics of the Malang Creative Center adequately reflect its status as a creative hub through the building's form and ornamentation.*

Keywords: *architecture, cityscape, creative hub, creativity*

Abstrak. Kota Malang yang menyandang julukan kota kreatif pada tahun 2021 melalui keputusan yang ditetapkan oleh kementerian tentang penetapan kabupaten dan kota kreatif Indonesia. Keputusan ini adalah salah satu upaya untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif di Tanah Air, dengan Kota Malang menjadi satu-satunya kota di Jawa Timur yang dipilih sebagai Kota Kreatif 2021. Malang creative center adalah bangunan pusat kegiatan kreatif di Kota Malang yang dapat dimanfaatkan masyarakat sebagai wadah untuk mengembangkan kemampuan kreatif masyarakat. Sebagai pusat kegiatan kreatif, estetika visual Malang Creative Center harus mencerminkan fungsi bangunan yang mengakomodir kegiatan kreatif yang ada di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan pendekatan kajian literatur, yaitu menggunakan pengumpulan data menggunakan metode manajemen data dan metode analisis, serta melakukan eksplorasi penerapannya pada obyek terbangun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa estetika bangunan Malang Creative Center cukup mencerminkan sebagai bangunan pusat kreatif melalui bentuk dan ornamen pada bangunan.

Kata kunci: arsitektur, citra kota, kreatifitas, pusat kreatif

LATAR BELAKANG

Setiap kota memiliki identitas yang unik, baik yang bersifat positif maupun negatif. Menurut Falsi (2003), identitas sebuah kota terdiri dari karakteristik dan lingkungan unik yang membedakannya dari kota lain. Banyak ciri dan komponen yang menjadikannya sebagai identitas kota. Komponen ini dapat berupa objek terbangun yang merupakan komponen penting yang membentuk simbol atau identitas pada suatu tempat. Namun, pembentukan suatu identitas juga dapat dipengaruhi oleh pemaknaan elemen yang berupa simbolik (Lalli, 1992).

Setiap kota memiliki identitas unik yang terhubung dengan masyarakatnya dan lingkungan fisiknya. Kebudayaan masyarakat dan lingkungannya akan membentuk jiwa dan karakter kota. Oleh karena itu, jiwa masyarakat sebuah kota pada dasarnya dibangun oleh pembangunan kota. Menurut Hariyono (2007), jika jiwa masyarakatnya rapuh, kota itu juga akan rapuh begitupun sebaliknya. Sebuah identitas kota tentunya tidak terlepas dari estetika visual dari suatu bangunan atau tempat tersebut. Tingkat kepuasan dan kenyamanan pengguna juga dapat diukur dengan menggunakan estetika visual. Menurut Ishar (dalam Nurmasari, 2008:20), keterpaduan, keseimbangan, proporsi, skala, ritme, dan warna adalah beberapa elemen yang dapat digunakan untuk menentukan kualitas estetika visual. Namun, tolak ukur mengenai sebuah estetika biasanya bersifat subjektif. Identitas adalah bagian penting dari pertumbuhan dan globalisasi, sehingga penting bagi keberlanjutan kota (Scheffler, 2009).

Kota Malang merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Jawa Timur. Kota ini mempunyai potensi dan daya saing yang kuat dalam hal industri kreatif. Hal ini karena Kota Malang memiliki pusat wisata, perdagangan, industri, dan pendidikan di seluruh Jawa Timur dan Indonesia bagian timur. Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tentang Penetapan Kabupaten dan Kota Kreatif Indonesia tahun 2021 juga menetapkan Kota Malang sebagai kota kreatif. Keputusan Ini adalah salah satu upaya untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif di Tanah Air, dengan Kota Malang menjadi satu-satunya kota di Jawa Timur yang dipilih sebagai Kota Kreatif 2021. Malang Raya dengan populasi 3,5 juta jiwa, menjadi salah satu wilayah yang memiliki potensi pasar bagi industri kreatif. Dari total produk domestik regional bruto (PDRB), 60% lebih berasal dari sektor konsumsi termasuk produk dari industri kreatif (koran-sindo.com).

Karakter arsitekturnya harus mendukung identitas kota tersebut, namun sampai saat ini belum banyak yang terealisasi.

Malang Creative Center terletak di pusat Kota Malang. Masyarakat Kota Malang menggunakan gedung ini untuk berkarya, berinteraksi, dan berkolaborasi dalam berbagai bidang. Malang Creative Center berfungsi sebagai wadah untuk membantu anak muda dan pelaku industri kreatif membuat produk industri kreatif dan menghasilkan kegiatan yang produktif. Creative Center ini juga mengumpulkan pasar untuk membangun sinergisme antara pelaku industri kreatif dengan pembeli dan pemerintah. Dengan mempertimbangkan identitas Kota Malang sebagai kota kreatif, Malang Creative Center yang merupakan pusat kegiatan untuk para pelaku kreatif dan seniman Kota Malang, bangunan ini harus memiliki elemen estetika visual yang mencerminkan bangunan kreatif dan identitas kota kreatif. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini menganalisis tentang Malang Creative Center dari elemen estetika visualnya menurut Ishar (Nurmasari, 2008:20).

Secara umum, Creative Center adalah tempat untuk menyatukan orang-orang kreatif, baik secara fisik maupun virtual. Tempat ini berfungsi sebagai penghubung yang menyediakan ruang dan dukungan untuk menjalin koneksi, pengembangan bisnis, dan keterlibatan masyarakat dalam bidang kreatif, budaya, dan teknologi. Creative Center juga berfungsi sebagai pusat industri kreatif untuk memfasilitasi pegiat seni untuk berkarya, serta sebagai tempat untuk bisnis kreatif menurut buku *The Creative Toolkit* dari British Council. Menurut KBBI, visual adalah suatu yang berasal dari penglihatan, dapat dilihat dengan mata. Pendapat lain juga mengatakan, menurut Cullen (1961), visual adalah istilah yang mengacu pada persepsi seorang pengamat tentang objek dan lingkungan sekitarnya yang dapat dilihat. Menurut Smardon et, al (1986), tanda visual adalah atribut penting yang dapat dilihat secara fisik dan memberikan karakteristik pada sumber visual dalam sistem visual, sehingga sistem visual memiliki kualitas atau disebut sebagai kualitas visual. Selain itu, kualitas visual adalah sesuatu yang dihasilkan oleh sistem visual dan ditentukan oleh nilai, yaitu nilai kultural dan properti fisik yang benar. (Smardon, 1986).

Bentuk fisik sebuah objek dapat mudah diamati karena adanya kesan visual dari objek yang terlihat dan mudah dicerna oleh manusia (Lynch, 1960). Menurut Cullen (1961), lingkungan akan menghasilkan suatu reaksi emosional sehingga pengamat akan

menangkap makna tertentu dari suatu kawasan. Makna membangun dan mencerminkan lingkungan individu, sosial budaya, politik, ekonomi dan estetika sebuah tempat. Identitas suatu lingkungan dapat diwakili oleh ciri fisiknya yang mendominasi kesan visual dan mampu menggambarkan keberadaan lingkungannya. Bahan, pola, dan warna yang digunakan di lokasi dapat menunjukkan identitas seseorang (Zahnd, 2006). Identitas adalah karakteristik unik, sifat, keadaan, dan atau jati diri seseorang atau benda. Nilai bentuk dan ekspresi yang menyenangkan mata dan pikiran adalah bagian dari keindahan dan mempengaruhi nilai estetika suatu objek, menurut Ishar (dalam Nurmasari, 2008:20). Keindahan bentuk menunjukkan hal-hal yang nyata dan dapat diukur, sedangkan keindahan ekspresi menunjukkan hal-hal yang abstrak dan tak terukur.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis estetika visual dari bangunan Malang Creative Center. Selain itu, Lebih jauh lagi apakah Malang Creative Center sudah memiliki estetika visual yang cukup baik terhadap representasi Kota Malang sebagai kota kreatif di Jawa Timur. Penelitian ini juga digunakan untuk membantu mengumpulkan data dalam proses penyusunan Tugas Akhir mahasiswa arsitektur.

METODE PENELITIAN

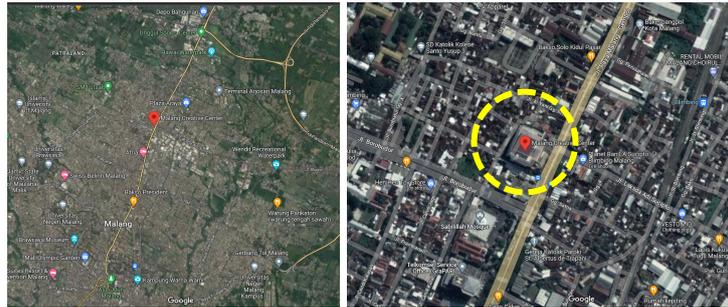
Menggunakan metode penelitian yang tepat sangat penting untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-eksploratif, yang melibatkan melakukan survei langsung serta menggunakan sumber literatur untuk menjelaskan penerapannya pada objek yang sedang diteliti. Proses pengumpulan data mencakup studi literatur dari berbagai sumber, termasuk buku, artikel, dan informasi yang ditemukan di situs web terkait studi sebelumnya.

Ada beberapa langkah yang diambil dalam melakukan tinjauan literatur. Pertama, dilakukan inventarisasi literatur dengan mengumpulkan bahan-bahan literatur yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Selanjutnya, langkah ini melibatkan deskripsi literatur yang terkumpul melalui kegiatan seperti menyusun, membaca, dan menguraikan literatur secara terorganisir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Malang Creative Center merupakan bangunan yang diresmikan pada akhir tahun 2022. Bangunan ini merupakan bentuk kontribusi Pemerintah Kota Malang untuk mengelola dan menjaga ekosistem Ekonomi Kreatif di Kota Malang. Nantinya bangunan

ini direncanakan akan menjadi pusat kegiatan kreatif serta wadah bagi pelaku kreatif dan seniman untuk berinteraksi, berkreasi dan berkolaborasi di Kota Malang.



Gambar 1. Letak Malang Creative Center

Malang Creative Center memiliki letak yang cukup strategis di pusat kota Malang yaitu di Jalan A. Yani No. 53, Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur. Malang Creative Center memiliki fasilitas yang sudah cukup memadai untuk pelaku kreatif dan seniman yaitu dengan adanya Auditorium, Main Stairs & Amphiteaters, Animation & Motion Capture Studio, Design Archives & City Planning Gallery, Broadcast & Podcast Room, Audio & Video Recording, Training Institution, Event Space, Incubator, Fashion Room, Food Lab, Smart Environment, Perpustakaan & Ruang Baca, Fitness Room, MCC, Digital Platform, Workshop Seni, Ruang Komputer. Selain didukung oleh fasilitas yang cukup lengkap, Malang Creative Center memiliki bentuk dan tampilan yang menarik dibandingkan dengan bangunan yang ada di sekitarnya sehingga menjadi bangunan yang ikonik di daerah tersebut. Oleh karena itu, Malang Creative Center diharapkan menjadi representasi dari segala kegiatan yang diadakan di bangunan ini. Penelitian ini bertujuan mengkaji lebih dalam mengenai estetika visual dari Malang Creative Center dengan prinsip menurut Ishar (dalam Nurmasari, 2008:20).

Meskipun ada perbedaan desain dengan perencanaan yang sudah dikonsepsi, bangunan ini tetap memiliki unsur estetika tersendiri dari yang sudah terbangun. Estetika Visual menganalisis tentang elemen-elemen yang berpengaruh dan membentuk suatu keindahan. Keindahan bentuk sendiri menunjukkan sesuatu yang dapat diukur dan nyata. Untuk menilai Estetika suatu bangunan terdapat indikator yang digunakan sebagai acuan aspek Estetika yang meliputi Keterpaduan, Keseimbangan, Proporsi, Skala, Warna, Irama.



Gambar 2. Perbedaan Pra-Desain Dengan Penerapan Keterpaduan (Unity)

Menurut Ishar (1993), mencapai keterpaduan menjadi lebih mudah ketika elemen yang harus digabungkan memiliki jumlah yang lebih sedikit. Sebaliknya, semakin banyak elemen yang harus digabungkan, semakin sulit mencapai keterpaduan. Namun, jika berhasil menggabungkan banyak elemen, nilai keterpaduan objek tersebut akan semakin besar. Pandangan yang sejalan dengan itu, seperti yang dikemukakan oleh Darmawan (2003), juga menekankan pentingnya kesatuan visual dengan mengurangi perbedaan dalam jumlah elemen. Malang Creative Center menggambarkan elemen keterpaduan melalui penampilan fasad bangunannya. Keterpaduan dalam fasad bangunan ini dapat diamati melalui penggunaan beberapa bentuk geometris yang sederhana serta pilihan warna earth tone yang menekankan kesan klasik pada bangunan tersebut.

Wall cladding yang menyelimuti fasad bangunan menggunakan kombinasi warna coklat dan kuning kecoklatan yang menyelimuti sisi depan bangunan, disatukan dengan warna dasar putih pada bagian belakangnya. Susunan ornamen tersebut memiliki bentuk yang unik dengan sedikit lengkungan diujungnya yang terinspirasi dari tarian adat Jawa menciptakan keunikan tersendiri sebagai fasad bangunan ini. Pada gambar 3 menunjukkan perpaduan antara beberapa elemen yang menyatu membentuk satu bangunan yang padu.



Gambar 3. Keterpaduan Unsur Geometri Malang Creative Center

Proporsi (Proportion)

Proporsi melibatkan hubungan antara semua komponen yang saling terkait (Ching, 2000). Hubungan ini tidak hanya bergantung pada ukuran yang ditampilkan, tetapi juga pada jumlahnya. Di Malang Creative Center, setiap elemen fasad menggunakan pembagian yang berbeda dalam hal jumlah, ukuran, dan bentuknya, namun tetap terlihat proporsional. Fasad bangunan ini dipengaruhi oleh tata letak wall cladding yang seimbang, membentuk proporsi yang seimbang di bagian depan bangunan. Malang Creative Center memiliki delapan lantai, termasuk basement dan rooftop yang dilengkapi dengan taman, area penjualan, dan area komunal. Bangunan ini memiliki bentuk persegi yang menjulang ke atas di lokasi tersebut. Dengan penggunaan fasad yang seimbang sesuai dengan struktur bangunan, Malang Creative Center memberikan kesan yang megah dan menjadi ikonik di sekitarnya.



Gambar 4. Keterpaduan Unsur Geometri Malang Creative Center



Gambar 5. Land Use MCC

Skala (Scale)

Menurut Smardon et al. (1986), skala mengacu pada ukuran atau proporsi antara suatu objek atau bangunan dengan lingkungannya. Dalam konteks yang lebih luas, Malang Creative Center memiliki skala monumental dan memberikan kesan dominan dibandingkan dengan bangunan di sekitarnya. Hal ini disebabkan oleh jumlah lantai yang dimiliki oleh Malang Creative Center yang mencapai delapan, sedangkan bangunan sekitarnya umumnya hanya memiliki satu hingga dua lantai.



Gambar 6. Skala Monumental Terhadap Lingkungan Sekitar

Namun dari segi interior, bangunan ini mempunyai skala yang manusiawi jika dilihat dari ukuran keseluruhan ruangnya. Dapat dilihat dari perbandingan skala manusia dengan bangunannya.



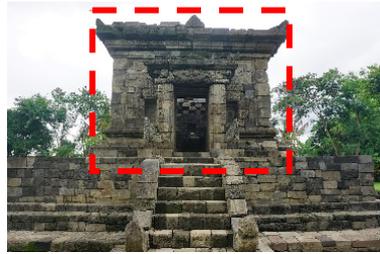
Gambar 7. Interior MCC

Keseimbangan (Balance)

Ching (2000) menyatakan bahwa keseimbangan tercapai ketika daya tarik visual dari kedua sisi pusat objek tersebut seimbang. Salah satu aspek keseimbangan yang dapat dilihat dalam Malang Creative Center adalah harmonisasi komponen-komponen yang ada dalam setiap bangunannya. Terdapat keselarasan dalam komposisi fasad dan kombinasi elemen-elemen yang terdapat di dalamnya, serta kombinasi warna kuning dan coklat. Keselarasan bentuk fasad dan kombinasi warna yang digunakan menampilkan keseimbangan yang harmonis. Proporsi fasad yang masif diimbangi dengan komposisi ukuran bangunan yang sesuai. Dengan visual keseimbangan asimetris pada bangunan ini, Fasad bangunan tetap mengimbangi daya tarik visual dari kedua sisi dan pusat bangunannya. Bentuk seperti gapura pada gambar 8 terinspirasi dari candi bandut yang juga memiliki komposisi yang seimbang.



Gambar 8. Keseimbangan Desain Fasad MCC



Gambar 9. Inspirasi Desain Fasad MCC

Ritme (Rhythm)

Ritme, seperti yang dikemukakan oleh Moughtin (1999), merujuk pada kombinasi harmonis dari berbagai masa yang menunjukkan penekanan, interval, aksen, dan arah. Pada Malang Creative Center, terdapat ritme yang terlihat pada detail fasad bangunannya. Terdapat pengulangan motif ventilasi geometris yang membentuk ritme yang selaras dalam fasad bangunan tersebut. Bangunan ini juga menampilkan pola simetris pada bagian entrance, terlihat dari lobby dan vegetasi di area depan. Melalui pengulangan elemen-elemen ini, Malang Creative Center menciptakan ritme yang memberikan kesan objek yang simetris dan berulang. Hal ini menciptakan pergerakan dengan pola statis dan menyaut. Pada area rooftop, terdapat pengulangan pola pada kanopi dengan bentuk geometris yang terinspirasi oleh irah-irah topi tari topeng yang berbentuk mengerucut.



Gambar 10. Ritme Fasad Bangunan



Gambar 11. Pola Geometris Rooftop MCC

Warna (color)

Menurut Ching (1991), ciri paling mencolok yang dapat membedakan suatu bentuk dengan lingkungannya adalah corak, intensitas, dan nada. Sedangkan menurut Moughtin (1999), peran warna biasanya digunakan untuk menggambarkan tema suatu

area. Warna terang dapat membuat kesan lebih luas dan ringan, sedangkan warna gelap dapat membuat kesan sempit dan berat. Pada bangunan ini, peran warna membentuk colour palette earth tone. Warna tersebut kurang mencerminkan bangunan kreatif, sehingga kurang tercipta kesan atraktif dari bangunan sekitar. Namun warna yang tercipta cukup menampilkan keserasian pada bangunan juga terhadap bangunan di sekitarnya sehingga keharmonisan area tersebut dapat tercapai.



Gambar 12. Palet Warna MCC

KESIMPULAN DAN SARAN

Malang Creative Center berfungsi sebagai tempat bagi seniman dan pelaku kreatif di Kota Malang untuk berkolaborasi dan bersinergi demi mendukung perkembangan ekonomi kreatif di kota tersebut. Meskipun terdapat perbedaan antara perencanaan awal dan hasil pembangunan, Malang Creative Center, jika dinilai berdasarkan prinsip-prinsip Ishar (dalam Nurmasari, 2008:20), mewujudkan estetika visual yang merepresentasikan Kota Malang sebagai kota kreatif. Bangunan ini menunjukkan nilai kreatif dan atraktif dalam hal visual, yang dapat dilihat dari elemen-elemen seperti keterpaduan, keseimbangan, proporsi, skala, ritme, dan warna.

Elemen fasad, bentuk geometris, komposisi dinamis, keseimbangan asimetris, dan ritme yang statis dan padu mencerminkan kehidupan kreatif para pengguna di Malang Creative Center. Meskipun warna yang digunakan mungkin kurang menarik, warna-warna tersebut tetap berpadu dan menyatu dengan lingkungan sekitarnya. Malang Creative Center menjadi bangunan ikonik di wilayahnya karena desain yang berbeda dari bangunan sekitarnya. Meskipun secara keseluruhan Malang Creative Center mampu mewakili identitas kreatif Kota Malang melalui bangunannya, namun bangunan ini belum sepenuhnya memperkuat citra kota sebagai kota kreatif di sekitarnya. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang lebih terintegrasi untuk menciptakan harmoni dengan

lingkungan sekitarnya, sehingga identitas kota kreatif dapat diperkuat dengan lebih kuat dan merata. Diharapkan pula bahwa Malang Creative Center akan meningkatkan aktivitas kreatif di Kota Malang, karena citra kota juga tercermin melalui semangat kreatif yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga memberikan kemudahan dan kelancaran peneliti dalam penulisan ini. Tidak lupa juga, ucapan terima kasih kepada dosen penelitian kelas B Program Studi Arsitektur yang telah memberikan materi terkait penelitian ini. Bapak Azkia Avenzoar S.T., M.T. selaku dosen pembimbing serta teman-teman penulis yang selalu membantu penulis untuk memberikan arahan selama penyusunan laporan penelitian dari awal hingga akhir. Tak lupa juga ucapan terima kasih penulis sampaikan khususnya untuk keluarga penulis yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan penelitian. Dan yang terakhir ucapan selamat kepada penulis karena mampu melewati dan menyelesaikan tugas-tugas yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Richard Kamurahan, S., Studi Arsitektur, P., (2014). Studi Persepsi Masyarakat Terhadap Estetika Desain Fasade Bangunan Dengan Pendekatan Teori Subyektif. *MEDIA MATRASAIN*, 11 (2)Risdiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Ching, F. D. K. (2012). *Architecture: Form, Space, and Order*. Germany: Wiley.
- Akbar Ali, A. Jurusan Arsitektur. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah. (2009). *Identitas Kota, Fenomena Dan Permasalahannya*. Ruang. 4(1)
- Yunianti, E. Pendidikan Seni P. (2015). Estetika Unsur-Unsur Arsitektur Bangunan Masjid Agung Surakarta. *Catharsis: Journal of Arts Education Info Artikel*. In *CATHARSIS* (Vol. 4, Issue 1).
- Hastuti, T., At, M., Puspitasarie, E., & Ekonomi, F. (2019). Seminar Nasional Hasil Riset Prefix-REB STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI MALANG RAYA.
- A. Putri dan S. Muchlisiniyati, "KAJIAN ESTETIKA VISUAL BANDUNG CREATIVE HUB SEBAGAI REPRESENTASI IDENTITAS KOTA," *BORDER*, vol. 2, hlm. 37-44, Jun 2020, doi: 10.33005/border.v2i1.46.
- Moughtin, C. (2007). *Urban design: street and square*. Routledge.

- Scheffler, N. (2009). Identity And The City: Urban Identity an Asset for sustainable Development in Times ofg Globalization. In URBACT Annual Conference.
- FAUZIAH, N., & BINAAN, A. L. KUALITAS VISUAL FASADE BANGUNAN.
- Sumarandak, M. E., Tungka, A. E., & Egam, P. P. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kawasan Monumen Di Manado. Spasial, 8(2), 255-268.