

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kota-kota besar di Indonesia, mengalami kemajuan yang cukup pesat dalam berbagai bidang, seperti dalam bidang ekonomi, sosial, budaya dan pariwisata. Berbagai aktivitas dan pola kehidupan masyarakatnya yang menuntut pemenuhan kebutuhan akan lahan, diikuti dengan perkembangan dan pembangunan baik secara fisik maupun non fisik untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan mereka melalui penciptaan sarana dan prasarana yang memadai. Salah satu pemenuhan lahan sebagai ruang gerak dimana mereka dapat beraktivitas, bersosialisasi serta berekreasi ditandai dengan kehadiran pusat perbelanjaan yang kita kenal dengan sebutan *shopping mall/ mall* demikian menjamur dan membanjiri Jakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia.

Mall yang merupakan salah satu bangunan komersial bukan hanya sebagai tempat perbelanjaan namun sebagai tempat pemenuhan tuntutan konsumsi global hingga menjadi ruang publik (*public space*) yang kerap kali dikunjungi oleh para pengunjung dari berbagai kelas/ strata sosial. Berkunjung ke *mall-mall* hanya sekedar untuk ber-*hangout*, *window shopping*, dan mencari hiburan untuk menghilangkan kepenatan di tengah-tengah hiruk pikuknya kehidupan perkotaan telah menjadi tren dan gaya hidup (*lifestyle*) dari masyarakat kota.

Kebutuhan akan gaya hidup mewah (*living luxurious*) dan dinamis yang menjadi tren bagi masyarakat mapan ibu kota, mendorong maraknya kehadiran *mall-mall* di Jakarta, khususnya *high-end mall*, yaitu mal yang memiliki target pasar kalangan atas dan ekspatriat tentunya memiliki daya tarik tersendiri melalui konsep desain baik eksterior maupun interior bangunan yang ingin ditampilkan serta menawarkan berbagai fasilitas yang memberi kenyamanan, kemewahan bagi para konsumennya.

Sebuah mal tentunya memiliki sebuah *icon/ landmark* yang tercermin dari *main atrium*, dimana *main atrium* tersebut dapat menampilkan citra (*image*) dari sebuah mall melalui tampilan dari konsep desain, penerapan elemen desain interior (bentuk, warna, skala, pola, tekstur, dan cahaya¹) dengan tepat, penggunaan material-material yang berkualitas premium sesuai dengan target pasarnya yaitu masyarakat kalangan atas dan ekspatriat, serta suasana atau kenyamanan hati (*mood*) -dalam arsitektur dapat disamakan dengan “*sense of place*” atau ‘keterasaan sebuah ruang’ dan “*ambience*” dalam interior- konsumen yang dirasakan oleh pengunjung sehingga terbentuk sebuah persepsi.

¹) Ballast, David (1992), *Interior Design Reference Manual*, Proffesional Pulications., Inc, California.

Berdasarkan pernyataan di atas penulis tertarik untuk meneliti “Peranan Elemen Desain Interior Dalam Pembentukan Atmosfir Ruang Atrium Mall Pacific Place: Analisis Terhadap Persepsi Visual”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, pada penelitian ini penulis akan membahas permasalahan mengenai :

- a. Tema perancangan apa yang diterapkan pada desain Atrium *Mall Pacific Place*?
- b. Bagaimanakah citra pada Atrium *Mall Pacific Place* ditinjau dari elemen desain interior?
- c. Apakah citra yang terbentuk dari elemen desain interior pada Atrium *Mall Pacific Place* sesuai dengan tema perancangan?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui tema perancangan apa yang diterapkan pada desain atrium *Mall Pacific Place*.
2. Mengetahui pembentukan citra pada Atrium *Mall Pacific Place* ditinjau dari elemen desain interior.
3. Mengetahui ada tidaknya kesesuaian citra yang terbentuk dari elemen desain interior pada atrium *Mall Pacific Place* dengan tema perancangan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak :

1. Bagi Pembaca

Agar dapat memberikan masukan yang berarti berupa wawasan dan pemahaman mengenai peran elemen desain dalam membentuk citra

melalui suasana yang dirasakan dari persepsi visual pengunjung. serta sebagai bahan perbandingan terhadap pengetahuan mengenai elemen desain yang didapatkan di lapangan dengan teori yang didapatkan di bangku perkuliahan.

2. Bagi Institusi

Membuka potensi untuk membina hubungan kerja sama antara Universitas Kristen Maranatha dengan *Mall Pacific Place*.

3. Bagi Bidang Desain Interior

Agar penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi berupa masukan yang berarti dan sumber inspirasi yang bermanfaat di kemudian hari.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis membuat batasan-batasan yang menjadi ruang lingkup penelitian dari peran elemen desain dalam pembentukan citra melalui suasana yang terasa pada atrium *shopping mall* dengan kasus studi Atrium *Mall Pacific Place* yang akan dilakukan meliputi yaitu:

a. Elemen Desain Interior

Shopping mall yang memiliki tema perancangan yang tepat dan jelas tentunya akan membentuk suatu karakter yang kuat dan cenderung sangat ‘menjual’ sehingga potensi dan aspek-aspek yang berkaitan dengan tema tersebut dapat dikembangkan dan berjalan dengan baik sesuai harapan. Adapun elemen-elemen desain yang membentuk sebuah tema perancangan adalah bentuk, warna, pola, tekstur, skala, dan cahaya.

b. Persepsi Visual dalam Desain Interior

Aspek kualitas persepsi visual yang dihasilkan oleh elemen-elemen desain interior *shopping mall* akan mengalami beberapa tahapan proses dimana seseorang menerima sebuah rangsangan (stimulus) kemudian dicerna dalam pikirannya sehingga sampai pada tahap kepastian baik (positif) atau tidaknya (negatif) citra ruang yang terbentuk pada memori pengunjung *shopping mall* tersebut.

1.5 Metode Penelitian dan Teknik Penelitian**1.5.1 Metode Penelitian**

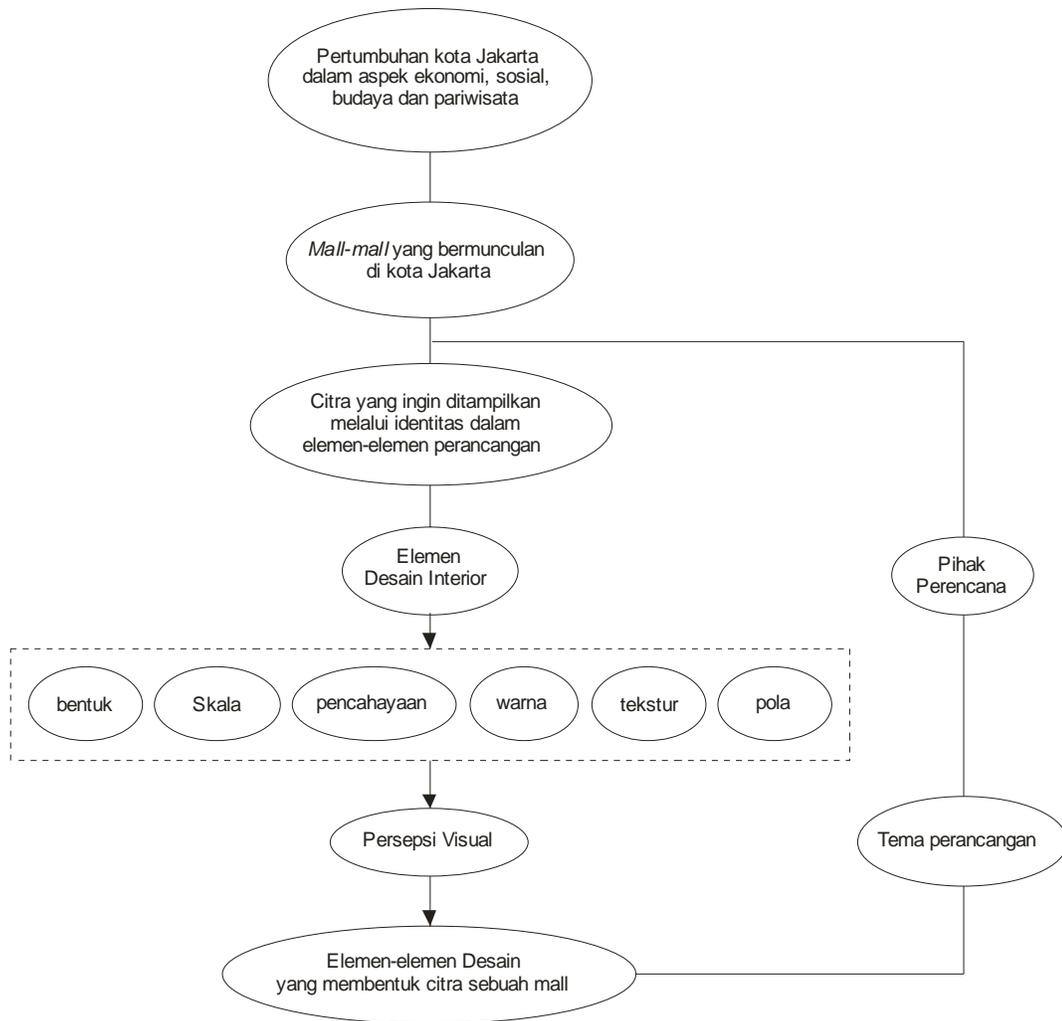
Pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei untuk memperoleh data berupa fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah penelitian sehingga diperoleh informasi yang dapat dianalisis menggunakan analisis faktor dengan tabulasi yaitu membahas faktor-faktor pada elemen desain interior yang dianalisis kesesuaiannya antara tema perancangan dan citra yang terbentuk melalui persepsi pengunjung

1.5.2 Teknik Penelitian

Pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan teknik studi kepustakaan dengan menggunakan data dari buku panduan, artikel dan studi lapangan berupa observasi yang dilakukan melalui wawancara, dan penyebaran kuesioner.

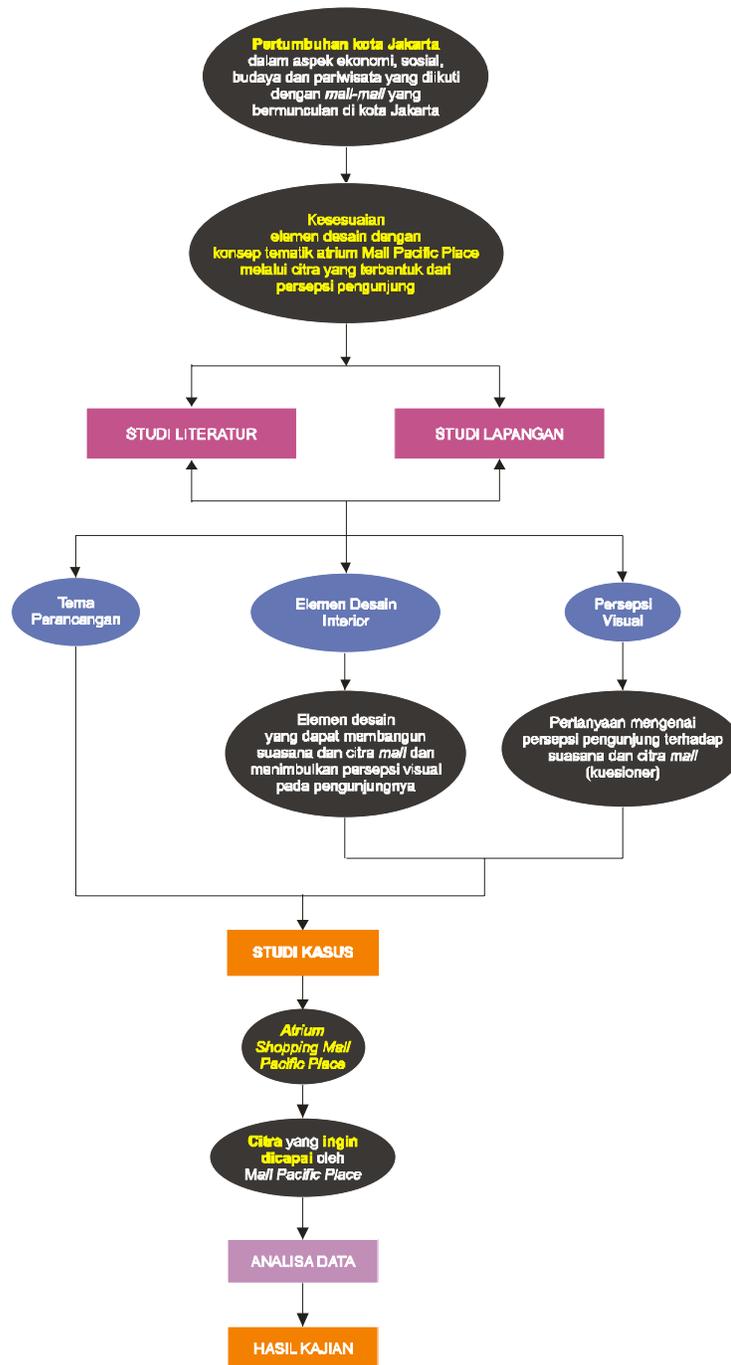
1.6 Konsep Pemikiran dan Langkah Penelitian

1.6.1 Konsep Pemikiran



Bagan 1.1 Konsep Pemikiran

1.6.2 Langkah Penelitian



Bagan 1.2 Langkah Penelitian

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan makalah ini sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup pembahasan, metode dan teknik penelitian, serta sistematika penyajian.

BAB II Elemen Desain dan Persepsi dalam Desain Interior, membahas tentang elemen-elemen desain yang menghasilkan konsep dan tema perancangan serta persepsi pengunjung terhadap citra pada *Atrium Mall Pacific Place*.

BAB III *Atrium Mall Pacific Place*, menjelaskan, menguraikan dan menerangkan tentang data umum *Mall Pacific Place* dari mulai sejarah hingga ruang lingkup kerjanya.

BAB IV Pembahasan, membahas dan menganalisis ada tidaknya kesesuaian antara tema perancangan *Atrium Mall Pacific Place* dengan citra yang terbentuk dari suasana yang dirasakan oleh pengunjung melalui penerapan elemen desain pada *Atrium Mall Pacific Place*.

BAB V Simpulan dan Saran, berupa rangkuman dari hasil analisis yang telah dilakukan serta berisi saran-saran yang dianggap perlu dilakukan.