

# JELAJAH PENGALAMAN ESTETIKA PADA DESIGN RUMAH REAL-ESTAT

**Ir. DWI LINDARTO HADINUGROHO**

Fakultas Teknik  
Program Studi Arsitektur  
Universitas Sumatera Utara

## ABSTRAKSI

Pengertian dan debat tentang estetika sejauh ini belum menghasilkan simpulan yang mengkristal akibat berbagai sudut pandang yang ditawarkan oleh pemerhatinya. Dari sudut pandang perilaku dan psikologi lingkungan maka estetika memperoleh pengertiannya yang berlandaskan dari pengertian tentang meaning/makna, persepsi dan pengalaman estetika.

Real estat sebagai wujud suatu lingkungan binaan yang marak sebagai suatu permukiman tentu tidak meninggalkan faktor estetika sebagai unsur pembentuknya. Namun fenomena yang terjadi belakangan adalah munculnya estetika yang demikian kental mengacu pada khasanah ( baca : idiom ) barat. Meski ini disinyalir dipicu oleh ekonomi namun bila ditinjau dari sudut perancang dan pemakai sebagai partisipan akan dapat menghasilkan bacaan yang mungkin dapat menguak faktor apa yang melandasi terjadinya fenomena tersebut sehingga menjadi suatu trend.

Jelajah ini menggunakan metoda kritik interpretif dengan bahan dasar berasal dari brosur pada expo real estat tahun 2000 dilengkapi pengamatan sekilas di lapangan. Ketidak sempurnaan pengamatan dieliminir dengan penalaran logis dan teori estetika yang relevan dengan pembahasannya. Tujuan penulisan ini tak lain untuk mengetahui faktor pembentuk estetika arsitektur dari sudut pandang perilaku dan lingkungan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kemungkinan pemunculan mode estetika yang berasal dari khasanah negeri sendiri Indonesia.

Kata kunci : estetika – real estat - Indonesia

---

## I. Pendahuluan

### I. 1 Teori Estetika dari sudut pandang ilmu Perilaku

Istilah estetika dikemukakan pertama kali oleh Alexander Blaugarten pada tahun 1750 untuk menunjukkan studi tentang *taste* dalam bidang seni rupa. Ilmu estetika berkaitan dengan pengidentifikasian dan pemahaman faktor yang memberikan kontribusi pada persepsi suatu obyek atau proses yang dianggap indah ( *beautiful* ) atau yang memberikan eksperienasi yang bersifat menyenangkan. Secara etimologi kata tersebut berkaitan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan persepsi. Blaugarten sendiri menaruh perhatian secara prinsip dengan persepsi *beauty* pada puisi, lukisan dan seni patung. Pada saat ini istilah tersebut digunakan secara meluas dalam diskusi permasalahan wujud nyata ataupun prosedural perancangan bangunan, furniture dan sebagainya. Istilah ini digunakan dalam pengertian pemahaman sifat kemampuan manusia untuk menciptakan dan menikmati display yang tercipta yang menyenangkan secara estetis. Sejak lama pembahasan tentang subyek estetika menjadi tema utama di kalangan filsuf, arsitek, artis dan pekerja seni. Tujuan pembahasan biasanya terpusat pada usaha untuk mengetahui apa dan mengapa yang membuat seseorang merasakan *pleasure*.

Untuk menjelaskan apa yang dimaksud dengan estetika perlu diperhatikan terlebih dahulu pengertian-pengertian dasarnya. Dalam filsafat keindahan "pengalaman estetis" menurut pandangan fenomenologi merupakan pengalaman estetis tentang "thing". Pengalaman estetika berdasarkan pengamatan indrawi disaat yang sama keseluruhan jiwa-raga manusia turut berpartisipasi menimbulkan perasaan terikat, terhanyut dan terpicat perasaannya menuju suatu kesenangan dan pengalaman estetis. Bila pengalaman itu sudah lalu, manusia punya keinginan untuk mengalami kembali kesenangan tersebut (dengan perubahan ataupun persis seperti pengalaman pertama). Manusia mulai mencari cara guna membangkitkan kembali kesenangan tersebut bagi dirinya dan untuk dibagikan terhadap sesamanya. Manusia kemudian mengabadikan dalam karya seni tentang faktor pembangkit kesenangan itu tak terkecuali pada arsitektur sebagai sarana endapan atau ekspresi pengalaman estetis atau pula digunakan sebagai sarana komunikasi demi bangkitnya pengalaman estetis bagi banyak khalayak pengamat lainnya. Pendekatan teori obyektif berpendapat bahwa keindahan adalah sifat (kualitas) yang memang telah melekat pada benda sebagai suatu obyek. Ciri yang memberi keindahan itu adalah perimbangan antara unsur atau bagian pada benda tersebut dalam batasan asas-asas tertentu mengenai bentuk yang juga harus terpenuhi secara unity. Disisi lain teori subyektif mengemukakan bahwa keindahan itu hanyalah tanggapan perasaan dalam diri seseorang sebagai observer atau pengamat benda obyek estetis tersebut. Jadi nuansa keindahan mencuat tergantung penyerapan atau persepsi pengamat yang kemudian menyatakan benda dimaksud mampu memancarkan kesenangan, indah atau kurang indah

George Santayana pada tahun 1896 telah mengajukan klasifikasi teori tentang estetika dari perspektif persepsi perilaku yang dikenal dengan jalur estetika spekulatif empirikal dengan membagi wilayah bahasan menjadi estetika *sensory*, estetika *formal* dan estetika *symbolic* yang bahkan sampai saat ini masih sering menjadi rujukan yang cukup berarti. Bagi Santayana lingkungan binaan yang indah adalah yang dapat memberikan kesenangan terhadap pengamatnya. Tentang estetika *sensory* sendiri memang hanya sedikit sekali pembahasannya. Analisa seperti yang dilakukan oleh Rasmussen (1959) atau Heschong (1979) sebenarnya mendasarkan pada analisa *introspective* yang sangat subyektif dan dengan demikian menjadi meragukan. Santayana sendiri melalui pendekatan mekanistiknya menyatakan bahwa artefak merangsang manusia dengan sensasi dan imaji dari suatu sensasi tersebut atau yang berasosiasi dengan sensasi itu. Lingkungan yang indah dapat memberikan kesenangan pada orang yang melihatnya yang lalu menjadikan timbulnya nilai positif berupa *sensory values* (nilai sensory yang ditimbulkan oleh sensasi yang menyenangkan yang diperoleh melalui indra manusia). Nilai ini didapat dari sentuhan, bau, rasa, bunyi, penglihatan. Kesenangan sensori dapat menjadi elemen keindahan pada saat yang sama dengan dengan ide yang dihubungkan dengan elemen keindahan secara empirikal. *Formal values* ( yang muncul dari tatanan material berupa kesenangan yang diperoleh dari struktur/susunan atau pola suatu artefak atau suatu proses) adalah juga secara empirikal berkaitan dengan persepsi dalam sistem hubungan atau organisasi yang berada pada suatu pola tertentu. Disamping itu tak kalah pentingnya adalah *expression / associational values* dari imaji yang dipicu oleh akibat adanya *sensory value* (inilah yang nantinya mengarah kepada *symbolic aesthetic*). *Associational values* ini oleh Santayana dinyatakan mempunyai tiga nilai ekspresif yaitu estetis, praktikal dan negatif. Nilai estetis adalah suatu persepsi bahwa sesuatu itu indah karena punya asosiasi dengan pengamatnya. Nilai praktikalnya timbul dari ekspresi kegunaan suatu obyek (pemanfaatannya). Nilai negatif timbul dari sensasi akibat shock, kejutan, hal yang ganjil atau menakutkan. Dengan demikian Santayana dapat dikatakan telah meletakkan dasar teori estetika dalam basis ilmu perilaku yang

secara lugas menyatakan bahwa estetika tidak hanya dicapai secara formal saja namun dapat dicapai melalui unsur sensory dan ekspresi simbolik.

Dari pendekatan lain namun masih termasuk dalam estetika spekulatif seperti diatas adalah pendekatan *Contextual Approach*. John Dewey tahun 1934 menyatakan bahwa eksperiensi estetika adalah sesuatu yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari atau hal yang tidak terpisahkan dari kegiatan keseharian. Eksperiensi estetika tumbuh dari kehidupan keseharian manusia dalam hubungannya dengan aktifitas atau benda tertentu. Bagi Dewey nilai sensory tidak terlalu mendasar tetapi menyediakan masukan-masukan untuk mengapresiasi bentuk dari lingkungan binaan. Kesatuan atau unity merupakan nilai formal yang tertinggi yang dapat dicapai dengan berbagai cara. Dewey menekankan makna hakiki dari bentuk dan raut / tampang benda estetis. Dalam hal ini pemikirannya banyak dipengaruhi oleh teori psikologi Gestalt ( Kohler 1929, Kofka 1935, Wertheimer 1938). Dewey sangat memperhatikan sekuens / urutan persepsi dalam suatu ruang dan waktu tertentu. Disamping itu Bosanquet (1931) menjelajah estetika dari pendekatan *Organismic Approach* dengan menandai bahwa suatu tingkah laku estetis terletak pada pencampuran olah jiwa dan raga, dimana jiwa merupakan suatu perasaan dan raga adalah ekspresinya tanpa menyisakan suatu apapun pada kedua belah pihak atau demikian melebur. Secara filosofis pendekatan ini adalah sejalan dengan Dewey namun lebih puitik dibanding suatu kajian berbasis perilaku. Pada tahun 1977 Arnheim menyatakan pendekatan *Formist Approach* terhadap estetika dengan menekankan peran nilai ekspresif dari pola bentuk dalam eksperiensi estetika. Persepsi bentuk dijelaskan dalam batasan prinsip Gestalt tentang kekuatan bidang dan proses *isomorphisme*. Ekspresi merupakan suatu fungsi garis, bidang dan bentuk. Obyek sensory dan bentuk dimana obyek itu ditampilkan mempunyai ciri 'filsafati' yang langsung menstimuli pusat penglihatan dan otak, merangkai hubungan antar kekuatan yang membentuk dasar dari ekspresi.

Berbagai pendekatan estetika diatas adalah dibentuk dalam pengertian mutakhir dari proses perseptual dan formasi tingkah laku atau pembentukan sikap. Akan tetapi berbagai teori tersebut mempunyai kelemahan dalam menjelaskan adanya perbedaan individu dalam bersikap terhadap suatu lingkungan binaan. Hal ini menimbulkan berbagai pendekatan kemudian yang disebut dengan Estetika Empiris.

Sejauh ini ilmu perilaku bergantung pada teknik ilmiah atau quasi ilmiah dalam analisis eksperiensi estetis . kebanyakan studi dilakukan secara korelasional sebagai tolok ukurnya. Obyek dengan demikian menjadi variable independent dan perasaan subyektif manusia sebagai variabel dependent. Karakteristik obyek berhubungan dengan karakteristik dari response yang nantinya berhubungan dengan karakteristik (kepribadian / personality), status sosial, ekonomi, latar belakang budaya dari orang yang bersangkutan. Orientasi empirikal estetis ini mempunyai empat pendekatan yang cukup penting yaitu pendekatan teori informasi, pendekatan semantik, pendekatan semiotika dan pendekatan psikobiologikal (Berlyne 1974).

Pendekatan teori informasi dalam hubungannya dengan lingkungan adalah mengandaikan lingkungan binaan sebagai suatu rangkaian pesan yang bertindak sebagai stimuli. Pesan tersebut berupa stimuli tentang bentuk atau kerangka kerja / proses. Pendekatan semantik menekankan pada adanya makna dari elemen lingkungan dan bukannya pada susunan atau strukturnya. Makna adalah suatu asosiasi antara obyek dan ide yang dapat dipelajari. Ide dasarnya pendekatan semantik adalah dari ilmu bahasa yang memaknai secara interpretif suatu lingkungan binaan. Pendekatan semiotika seperti juga semantik namun lebih menekankan pada sistem budaya yang mempengaruhi makna lingkungan. Pendekatan psikobiologikal diilhami juga oleh psikologi Gestalt. Tingkat ketertarikan (*arousal*) individu berhubungan dengan persepsinya terhadap menarik tidaknya

suatu lingkungan. Tingkat *arousal* ini tergantung pada susunan dari lingkungan dan tingkat kepribadian ( *personality* ) serta kebutuhan dari individu tersebut. Kesenangan dapat timbul ketika kondisi yang merugikan dihilangkan atau mencapai tingkat moderat sehingga ketertarikan dapat dicapai.

Pengalaman estetis berkaitan dengan pancaran makna yang timbul dari hasil suatu design yang kemudian dipersepsi oleh pengamat atau pengguna. Amos Rapoport (1977) menyatakan bahwa :

“ Kelihatannya manusia mereaksi lingkungan sebagai ungkapan memaknai. Seseorang mungkin berkata bahwa evaluasi lingkungan lebih berupa tanggapan afektif keseluruhan daripada analisa yang mendetail dari aspek-aspek khusus. Hal ini lebih merupakan masalah fungsi laten daripada fungsi manifest dan sebagian besar dipengaruhi oleh imaji-imaji dan hal-hal yang ideal.”

Selanjutnya juga dijelaskan bahwa tanggapan afektif didasarkan pada *meaning* yang dimiliki lingkungan dan aspek khusus bagi manusia. Meskipun secara jelas dapat dilihat bahwa makna-makna ini merupakan sebagian hasil dari interaksi manusia dengan lingkungan. *Meaning* juga menjadi penting saat direalisasikan bahwa konsep 'fungsi' yang begitu penting (dalam aliran *Modern Movement*) yang melaju melebihi fungsi instrumental atau manifest. Makna dengan demikian bukanlah hal yang terlepas dari fungsi, namun makna merupakan aspek yang paling penting dari fungsi itu sendiri.

Terdapat kenyataan bahwa reaksi terhadap lingkungan oleh perancang dan pengguna ( *user* ) bisa sangat berbeda. Apa yang menyebabkan berbeda adalah merupakan hal yang akan dijelajahi dalam tulisan ini. Bagaimanakah peranan persepsi dan skemata dalam kasus tersebut juga memperoleh perhatian dalam penjelasan berikut.

Selain dari berbagai pendekatan estetika tersebut diatas Ralf Weber mendekati pokok estetika melalui bentuk ( *form* ) dengan penggabungan pendekatan obyektif dan subyektif dengan dukungan teori estetika presentasional Imanuel Kant. Masalah bentuk indah dan menarik menurut Weber adalah masalah pokok arsitektur tetapi dikuatirkan bahwa arsitektur hanya merupakan ilmu “membungkus” belaka. Jika arsitek bisa menangkap pokok estetika dan menempatkannya dalam suatu bentuk, maka ini menjadi bagian yang penting karena bentuklah yang memperoleh perlakuan pencerapan melalui indrawi. Bentuk memicu persepsi dari pengamat yang kemudian melalui seperangkat kerangka makna bentuk tersebut ditentukan posisi dan nilai estetisnya dalam lingkungan. Bentuk selalu menyandang makna, namun makna sendiri tidak pernah intrinsik. Makna dikembangkan pengamat bersama dengan benda yang dimaknai berdasar pengalaman pengamat sebelumnya (asosiasional) . Fokusnya kemudian adalah proses persepsi, proses pengendapan bentuk lingkungan. Putusan estetisnya berupa moda kesadaran yang bertumpu pada faktor perseptual daripada sesuatu yang diluar indria (*extrasensory*). pengambilan keputusan dilakukan dengan perbandingan antara obyek yang dicerap, dipersepsi dengan konsep nilai yang dipunyai oleh pengamat. Weber juga merujuk pada sikap '*organizational*' yang dikembangkan J.J.Gibson . Kognisi adalah proses pencantuman nilai kepada hasil persepsi. Melalui proses ini hasil persepsi menjadi citra yang bermakna. Bentuk yang paling estetis adalah bentuk yang memungkinkan pengolahan sebesar-besarnya atas kesederhanaan organisasional ( *maximally articulated simplicity of organization* )

## 1.2. Estetika Tampang Rumah real-estat kontemporer

Bergeraknya kembali sektor perumahan real-estat di Jakarta paska krisis ekonomi ditandai dengan diadakannya pameran ekspo real-estat pada tanggal 17 Februari 2001 di Balai Sidang Jakarta. Berbagai type rumah dengan berbagai style dan bentuk kembali ramai ditawarkan. Ada yang cukup menarik untuk disimak dari tampilan berbagai katalog dan brosur para pengembang peserta pameran dalam hal estetika tampilan rumah yang dijajakan. Umumnya mereka 'menjual' dengan mengandalkan semangat 'international' baik dalam bentuk slogan maupun tampilan arsitektur rumahnya. Style import ala luar negeri demikian mendominasi dalam teriakan slogan Rumah Mediterania, Rumah Las Vegas, Nuansa China, Gaya Flamenco Spanyol dan sebagainya.

Sebagaimana diketahui bahwa industri real-estat demikian bertumpu pada kapital sebagai daya dorong pertumbuhannya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa ada sebuah roda penggerak vital dalam setiap tubuh perusahaan pengembang yang disebut dengan divisi perancang design. Disini rancangan design arsitektur diolah dengan cukup unik karena independensi perancangnya terkadang dipengaruhi oleh penempatan bagian pemasaran / marketing dan keuangan yang turut menentukan arah design arsitektur rumah dalam pandangan sebagai suatu komoditi pengembang tersebut ( sesuai basis kapitalisme ). Namun dengan mengesampingkan pengaruh non arsitektural tersebut, para arsitek dapat dipastikan masih bertumpu secara klasik pada fenomena pasar (dalam hal ini kebutuhan calon user) sebagai dasar dalam merancang design. Jadi walaupun rumah real-estat dianggap kodian ( atau mengesampingkan keinginan user ) namun sedikit banyak pertimbangan terhadap kemauan user tentu mendapat porsi sebagai unit perancangan termasuk perilaku user (apakah pencarian data melalui survey teliti atau tidak merupakan soal yang lain). Hanya saja keinginan atau perilaku user yang ditangkap adalah apa yang rata-rata diinginkan oleh user dalam tampilan rumahnya atau apa yang menjadi idaman user tentang tampilan rumahnya. Dengan demikian tentu saja tidak bisa disalahkan jika para arsitek itu lantas mengemas dagangannya (design rumahnya) berdasarkan kriteria 'yang paling laku' dan 'yang paling menguntungkan' dalam bentuk 'international style' seperti yang terjadi belakangan ini..

Apa yang kemudian marak adalah penggunaan bentuk estetika mengacu pada kaidah formal estetis dengan kolom Yunani, balustrade, lengkung neo-gothic yang kesemuanya diramu dalam gaya eklektisisme yang kental. Hampir tidak bisa ditemukan idiom detail Nusantara pada setiap tampilan designnya ( baik pada rumah type 45 m<sup>2</sup> sampai type 100 m<sup>2</sup> ). Perbedaan antara type besar dan kecil hanyalah pada kuantitas penggunaan elemen eklektis dan kualitas bahan yang makin mahal pada type besar. Secara umum type estetika yang ditampilkan adalah seragam dan tipikal ( dapat dilihat pada lampiran brosur ). Arsitektur rumah real-estat boleh dikatakan sebagai arsitektur tampilan karena bentuk yang memperoleh olahan maksimal secara estetis adalah pada tampilan depan (ini juga dikarenakan kondisi pertetangaan yang demikian rapat tidak memungkinkan olahan estetika pada bagian samping ataupun belakang untuk ditonjolkan)

Ini menjadi menarik jika kemudian dipertanyakan mengapa estetika rumah yang demikian yang menjadi idaman ( karena terbukti design demikian yang banyak laku ). Untuk itulah tulisan singkat ini mencoba menjelajah fenomena estetika tampilan rumah real-estat Jakarta dari sudut pengalaman estetika dengan tujuan memberikan gambaran bahwa perilaku manusia menjadi generator unit perancangan yang cukup berarti bagi setiap langkah perancangan arsitektural baik dari sisi perancang maupun calon pengguna.. Metoda pembahasan yang dilakukan adalah

berupa kritik interpretif ( Wayne O'Attoe. 1997) dengan penelitian singkat terhadap katalog dan brosur real-estat yang dibahas dalam berbagai teori estetika yang berbasis perilaku. Kontribusi yang diharapkan dari tulisan ini adalah memberikan gambaran tentang estetika yang dipandang dari sudut tinjau perilaku yang memungkinkan timbulnya wawasan baru selain estetika formal yang selama ini demikian mendominasi wilayah arsitektur. Adapun tulisan ini hanya membatasi pada tinjauan terhadap rumah yang bertipe luasan tertentu dan berkarakter khusus dari sejumlah real-estat di Jakarta sebagai kasus studi dan teori estetika yang bersudut pandang perilaku sebagai alat ujinya.

## II. Jelajah Kasus

### II.1. Perancang dan estetika tampang rumah real-estat

Kebutuhan perumahan adalah merupakan kebutuhan faali yang menjadi demikian primer dalam jenjang pemenuhan kebutuhan manusia . Maslow dalam diagram pemenuhan kebutuhannya menempatkan kebutuhan papan ini dalam prioritas utama dari fisiologikal. Namun dari sudut ilmu perilaku dalam konteks estetika , rumah kemudian dapat ditinjau juga merupakan suatu kebutuhan lanjut berupa *belonging* dan *esteem* ( menurut diagram yang diajukan oleh Steele's dibawah ini ).

Need	Steele's Concern	Sociophysical Mechanism/design issue
Physiological	Shelter & Security	Shelter, access to services
Safety	Task Instrumentality Social contact	Access to services, privacy, territoriality, defensible spaces, orientation
Belonging	Social contact	Access to services, communal settings, <b>symbolic aesthetics</b>
Esteem	Symbolic Identification Growth, Pleasure	Personalization, <b>symbolic aesthetics</b> , control
Actualization	Growth, Pleasure	Choice, access to development opportunities, control
Cognitive/aesthetic	Growth, Pleasure	Access to development opportunities, <b>formal aesthetics</b>

Dari Lang, 1987. Hal. 110

Ketika perancang hendak menetapkan estetika design rumah real-estat , ia menempatkan dirinya sebagai yang akan memenuhi kebutuhan bagi para user. Dalam tingkatan ini rumah tidak lagi ditempatkan sebagai sarana kebutuhan primer namun pada kepentingan diluar itu. Perancang kemudian mencoba menempatkan diri sebagai *observer partisipatif*<sup>1</sup> dari rumah yang akan dihasilkannya. Ini memunculkan masalah design tentang daya tarik apa yang harus diterapkan sehingga rumah ini menarik dan dapat menjadi kebanggaan dari yang akan membelinya, apalagi tingkat pendapatan bagi calon penghuni berada pada tataran

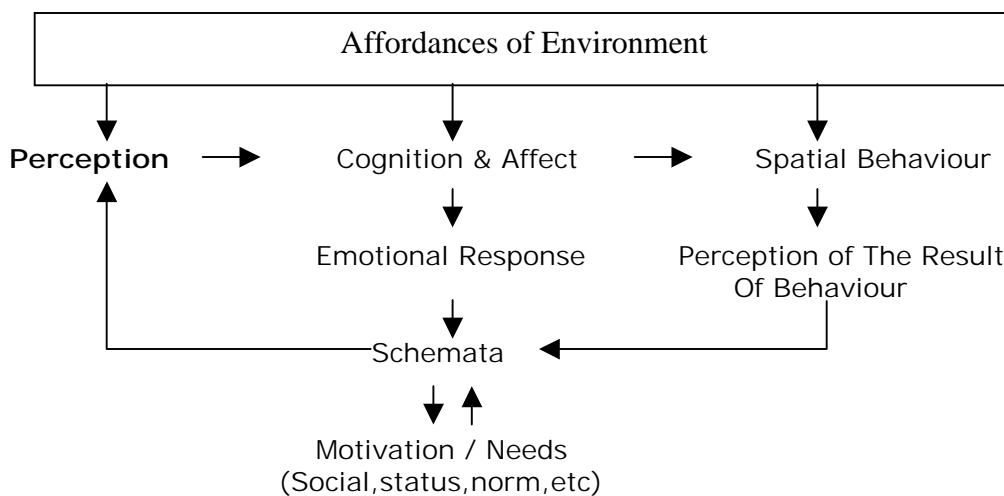
<sup>1</sup> Observasi partisipatif merupakan teknik yang sering digunakan dalam berbagai kajian ilmu termasuk psikologi lingkungan. Prinsip dasar yang digunakan adalah meniadakan 'dinding batas' serta menghilangkan jarak antara obyek yang diamati dengan subyek (pengamat). Artinya pengamat bisa berbaur dengan lebih intens terhadap obyek yang diamatinya. Observasi partisipatif sebagai suatu proses dimana observer berada dalam situasi langsung dengan yang diamatinya dan dengan peran serta dalam kegiatan sehari-hari observer mengumpulkan data.

yang menempatkan rumah bukan lagi semata *shelter* namun dapat menjadi kebanggaan ( perwujudan *self esteem* ). Karenanya tulisan ini juga membatasi diri pada type rumah diluar RS / RSS .Type rumah sangat mewah juga diluar pembahasan tulisan ini karena type ini diluar skema pemenuhan kebutuhan manusia namun lebih cenderung kepada konsep investasi ekonomi.

Bermula dari keterlibatan manusia akan sesuatu yang menyenangkan dari bentukan estetis dan kemudian keinginan untuk mengabadikannya menimbulkan pencarian faktor estetika dan cara pengabdian melalui karya manusia seperti arsitektur. Manusia sebagai makhluk yang bercita ras kemolekan dan keindahan berupaya menghadirkan bentuk arsitektural yang berupa bentukan sebagai hasil pertimbangan unsur design, proporsi, skala, keseimbangan, keselarasan, dominasi dalam pengolahan elemen rancangannya. Mereka mengukur tapak, mereka bentuk dan membuat sketsa , menampilkan bentuk dasar dan akhirnya menentukan pilihan yang dianggap paling indah dan paling memuaskan rasa kesenangan melalui pengujian adanya tanggapan atau persepsi-persepsi. Pengalaman estetis yang ada di dalam benak ( bersifat kualitatif) mengilhami manusia untuk mewujudkannya menjadi hal yang nyata, realis dan fisikally. Hal yang bersifat kualitatif dicoba untuk menjadi hal yang terukur (kuantitatif).

Yang kemudian terjadi adalah pencarian unit perancangan estetika yang berlaku pada masyarakat terutama penjelajahan di bidang budaya kontemporer. Di era sekarang ini dalam abad informasi yang demikian tinggi maka kebanggaan untuk ikut mendunia ( menjadi bagian dari globalisasi dunia ) menjadi daya tarik yang demikian memikat. Jika hendak menjadi modern mendunia maka tampilan style juga harus mengikuti mode dunia. Para konsumen domestik demikian memuja hal yang berbau 'luar negeri'. Sikap konsumerisme terhadap budaya Mc.Donald's dan keriuhan Las Vegas demikian merasuki benak konsumen domestik. Barangkali inilah yang memicu kemudian pemunculan design yang berbau luar negeri ( yang kenyataannya memang tampilan design rumah yang demikian yang laris terjual ). Dan para perancang real-estat telah dengan piawai menangkap moment ini untuk kepentingan bisnisnya. Muncullah rumah dengan estetika seperti yang marak sekarang ini.

Jika hal ini ditinjau dari sudut tinjau persepsi,maka hal ini juga cukup relevan seperti yang kita lihat pada diagram Gibson (1966) berikut.



Dari sudut pandang perancang yang memandang bahwa adanya needs / motivasi dari calon pengguna / konsumen untuk menjadikan rumah sebagai suatu

simbol kebanggaan membentuk skemata bagaimana estetika yang hendak ditampilkannya. Sementara persepsi tentang estetika jenis apa yang dikehendaki terbentuk oleh ketersediaan lingkungan ( dalam hal ini adalah ketersediaan pengaruh nilai 'luar negeri' yang dianggap lebih baik dan modern melalui penetrasi budaya yang kian mengglobal). Ini menjelaskan adanya lingkaran keterkaitan antara persepsi dan kebutuhan serta motivasi pembentukan estetika seperti yang digambarkan oleh Gibson. Kemudian hal inilah kiranya yang kemudian dieksplorasi oleh para perancang real-estat dalam mengelola estetika rancangannya.

Jika dikaitkan dengan bentuk hasil rancangannya dapat dijelajahi sesuai dengan teori terjadinya bentuk yang disampaikan oleh Mark Gelernter (1995) antara lain adalah bentuk didapat karena *fungsi yang disengaja*. Fungsi disini dapat berupa fungsi fisik, sosial, psikologis maupun simbolik. Dalam hal estetika sesuai dengan konteks tulisan ini maka bentuk yang ideal mengakomodasi estetika simbolik sebagai fungsi yang cukup dominan dalam rumah real-estat. Namun simbol disini adalah simbol individual yang dicoba untuk disamakan persepsinya dengan kehendak dari calon pengguna ( yang boleh jadi demikian beragam ). Fungsi simbolik yang kemudian dipasangkan disini adalah simbolik yang general berlaku pada masyarakat (bukannya simbol individual, mengingat real-estat adalah mass product). Jadi dapat dikatakan bahwa simbolik estetika yang diterapkan adalah simbolik masyarakat umum yang digeneralkan dari trend masyarakat saat itu. Bentuk itu juga bisa didapat dari *imajinasi yang kreatif*. Ini bisa sangat subyektif dari diri perancang. Hal yang dapat dikaitkan dengan ini adalah bahwa rancangan real-estat merupakan pengulangan atas kaidah formal design dan sangat dipengaruhi oleh trend (terutama atas karya pengembang besar semacam Bintaro Jaya ataupun produk Ciputra). Jadi bentuk didapat dari semangat jaman pada saat itu yang sedang menjadi mode. Ketika pengembang besar meluncurkan produk Mediterania misalnya (dan kemudian ini laris terjual) maka estetika ini lalu menjadi mode dan diikuti oleh pengembang lainnya. Bentuk juga ditentukan oleh kondisi sosial ekonomi yang sedang berlangsung meskipun dalam hal estetika hal ini kurang langsung berkaitan namun hal sosial ekonomi ini juga berpengaruh terutama ketika estetika tampang rumah biasanya diperoleh dari penggunaan ornamen dan detail yang berbiaya cukup besar ( dapat dilihat pada saat krisis ekonomi melanda terjadi kecenderungan tampang rumah real-estat yang dibiarkan polos tanpa hiasan atau ornamen ). Apa yang bisa ditarik hubungannya antara bentuk dengan estetika tampang rumah real-estat adalah bahwa estetika tidak hanya terkait dengan bentuk semata ( atau lazimnya disebut dengan estetika formal ) namun lebih dari itu estetika ternyata sangat dipengaruhi oleh makna simbolik, makna sensory dan kognisi atau pengalaman estetis yang diharapkan oleh pengguna maupun pengamat timbul dari estetika yang dirancang pada rumah tersebut.

Memahami makna tersebut diatas maka bentuk dan estetika merupakan alat bantu yang penting dalam menampilkan ekspresi bangunan. Bentuk rumah secara langsung dapat menampilkan makna visual dari bangunan tetapi selain itu ada makna bentuk yang tidak secara langsung nyata tertangkap oleh panca indra ( makna psikologikal ). Weber (1995) menyatakannya sebagai berikut : *"...human activist occur within the context of building and cities that create not only physical, but psychological environments..."* . Memahami makna suatu bentuk dan estetika adalah memberikan penilaian atas bentuk dan estetika tersebut. Dan penilaian ini dilakukan dengan membuat suatu apresiasi terhadap bentuk dengan cara mendeskripsikan, mengintrepretasi dan mengevaluasi ( Bonta, 1979 ). Penilaian ini ditentukan oleh keadaan individu yang melakukan penilaian seperti ditentukan oleh banyaknya pengalaman (eksperiensi) yang sudah dialami individu tersebut. Dengan kata lain tergantung pada kemampuan kognitif individu (Weber, 1995). Ini menjadi berkaitan dengan estetika tampang rumah real-

estat bahwa pada type tertentu suguhan estetika yang berbau luar-negeri menjadi diminati oleh kalangan pada tataran pendidikan tertentu dan berada pada tingkatan penghasilan yang memungkinkan untuk dapat mengapresiasi estetika tersebut dengan nyaman. Dapat diduga bahwa jika estetika ini kemudian diterapkan pada rumah sederhana misalnya belum tentu akan mendapat apresiasi yang sama . Tingkat apresiasi individu calon pembeli inilah yang pada akhirnya akan menentukan laris tidaknya dagangan para pengembang tersebut. Dapat dikatakan bahwa bentuk atau estetika merupakan hasil persepsi psikologikal manusia. Weber (1995) sendiri menegaskan lebih lanjut bahwa persepsi merupakan suatu proses dimana suatu imaji mental atau persepsi dari suatu obyek atau fenomena didapatkan. Ini merupakan proses pemisahan dan penyatuan dimana stimuli diorganisir menjadi suatu skemata tertentu. ( lihat diagram Gibson.1966 ). Informasi tentang lingkungan didapat melalui proses perseptual yang diarahkan oleh skemata tertentu (dalam hal ini trend masyarakat) dalam diri perancang . Skemata perancang sendiri sebagian sudah merupakan bawaan dan sebagian dipelajari. Dalam hal ini skemata bawaan adalah derasnya banjir informasi tentang hal yang berbau budaya 'luar-negeri' dalam bentuk buku panduan design luar negeri yang lebih representatif dalam kualitas dan kuantitasnya dan skemata yang dipelajari adalah dari persaingan dengan pengembang lain yang kian ketat serta pengaruh kekuatan pasar yang demikian kompetitif. Skemata ini membentuk hubungan antara persepsi dan kognisi. Ini diarahkan tidak hanya oleh proses perseptual tetapi juga dipengaruhi oleh skemata sebagai hasil dari perilaku yang dikenali dan dibatasi oleh ketersediaan lingkungan alami, lingkung-bina dan lingkung-budaya.

## II.2. Pengguna dan estetika tampang rumah real-estat

Jika ilmu estetika difahami berkaitan dengan pengidentifikasian dan pemahaman faktor yang memberi kontribusi pada timbulnya persepsi terhadap suatu obyek atau proses yang dianggap indah ( *beautiful* ) atau suatu eksperien yang menyenangkan maka ketika hal ini dikenakan terhadap pengguna rumah real-estat maka yang pertama kali perlu dilakukan adalah pengidentifikasian faktor penimbul persepsi estetis. (yang dalam diagram Gibson 1966 disebut dengan *affordances* bisa juga *needs* dan *motivation*). Faktor yang paling dominan ketika calon pengguna hendak membeli rumah bukanlah didominasi oleh nilai sensory ( jika merujuk pada pendekatan mekanikal estetika menurut Santayana, 1896) karena saat melihat brosur tidak mungkin terasakan material atau bahan secara indrawi. Mungkin nilai formal cukup terasakan jika gambaran tampak depan rumah demikian akuratnya sehingga memunculkan nilai estetis dari aturan atau tatanan materialnya ( meskipun kebanyakan olahan rendering pada brosur kurang mampu mengungkap karakter tekstur bahan ). Yang justru mendominasi adalah ekspresi atau *associational value* karena memang pengembang dengan sengaja mengarahkan asosiasi estetika dagangannya kepada simbol tertentu ( tentang gemerlapnya Las Vegas atau kemegahan rumah klasik Yunani dsb) . Nilai ini secara langsung dapat membentuk asosiasi dengan skemata awal calon pengguna dan *affordances* informasi iklan demikian gencar serta persepsi yang dibentuk melalui penawaran dan imaji tentang suatu ke-modern-an dunia yang terbentuk juga oleh adanya motivasi dan *need for self esteem* dari calon pengguna tersebut.. Dapat dikatakan bahwa imaji ini yang akan menggiring calon pengguna kepada pemahaman akan pentingnya estetika symbolic (estetika yang mampu menimbulkan simbol tertentu) sebagai pengarah kepada keputusan jadi tidaknya membeli rumah tersebut. Nilai estetisnya yang melambung demikian tinggi dengan persepsi bahwa sesuatu itu indah karena punya asosiasi dengan observer-nya ( asosiasi bahwa penggunaanya berselera tinggi, mapan, berselera internasional dsb). Namun tampilan estetis *associational* tersebut dari segi nilai praktikal kurang mendapat olahan karena nilai simboliknya yang lebih dipentingkan. Misalnya nilai praktikal suatu balkon untuk tampil pada tampak depan

sebenarnya kurang bermanfaat untuk kegiatan sehari-hari (karena balkonnnya sempit dan panas), namun nilai simbolik suatu balkon yang berasosiasi dengan balkon istana justru menjadi daya tarik kebanggaan lebih menonjol dibanding nilai praktikalnya. Sementara itu nilai negatif yang bisa dikembangkan dalam hal ini kurang mendapat perhatian, paling-paling hanyalah warna yang cukup berani untuk menimbulkan sedikit kejutan dan keanehan. Namun nilai negatif dengan cara demikian makin memudar seturut peningkatan besaran rumah. Nilai negatif shock justru ditampilkan dengan penggunaan bahan mahal pada area publik ( yang bisa saja berkesan pamer ) misalnya lampu kristal yang biasanya untuk interior namun dipasang pada teras saja.

Dengan pendekatan kontekstual versi John Dewey eksperienasi estetika diperoleh dari bentukan unity sebagai nilai formal tertinggi yang diperoleh dari irama, simetri dan sebagainya. Dan dalam brosur yang ditawarkan hampir keseluruhan menjaga benar akan nilai unity ini. Penekanan sikap estetis yang timbul dari penyatuan jiwa dan raga hampir tidak dimungkinkan dalam interaksi antara pengguna dan bakal rumahnya karena rumah disini disiapkan sebagai produk bukan lagi proses. Jadi teori Bosanquet (1931) kurang mendapat tempat dalam olahan estetika real-estat ini. Sementara pendekatan formist dari Arnheim (1977) sedikit banyak telah turut dibahas sebelumnya karena biasanya para arsitek bermain bentuk estetis dengan mengorganisasikan garis, bidang dan bentuk.

Selanjutnya perlu dijelajahi tentang pendekatan *empirical aesthetis* karena seperti dinyatakan diatas bahwa keempat pendekatan terdahulu kurang memperhatikan masalah kejelasan perbedaan individu dalam bersikap terhadap lingkungannya. *Empirical aesthetics* mengandalkan pendekatan theory-informational yaitu memperlakukan lingkungan sebagai seperangkat pesan yang bertindak sebagai stimuli. Bangunan atau landscape dikaji sebagai komposisi elemen yang masing-masing mentransmisikan pesan. Makin tinggi tingkat keteraturan dari pesan tersebut makin mudah untuk dimengerti dan makin menyenangkan. Dapat dimengerti bahwa pesan brosur yang ringkas dan gambaran rumah yang lugas dalam ornamentasi dan langsung berasosiasi dengan style tertentu yang sedang *trendy* lantas saja menjadikan perasaan tertarik atau kesenangan. Teori ini diperkuat oleh pendapat Santayana dalam kaitannya antara informasi dan asosiasi yang ditimbulkan dari berbagai informasi tersebut dalam menciptakan eksperienasi estetika. Dan biasanya informasi ini bersifat semantik, cultural, ekspresif dan syntactic. Jika hal ini dijelajah lebih lanjut dengan teori dari Gandelsona (1974) bahwa makin kompleks makna yang ditampilkan makin tinggi kemampuannya dalam memberikan perasaan kesenangan estetis, maka persepsi kualitas lingkungan terkait erat dengan tatanan yang lebih baik dan pesan yang lebih kompleks serta sifat ambigunya yang merangsang eksperienasi estetis yang lebih tinggi. Kondisi yang demikian lantas disebut pengguna sebagai olahan design yang sungguh kreatif.

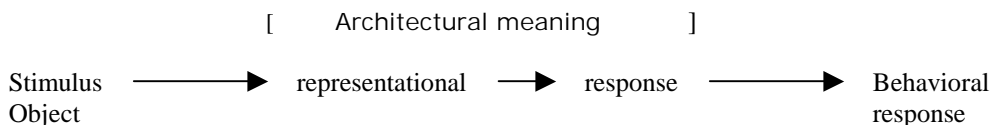
Jika hal ini ditinjau dari teori ekspresi Gestalt dengan hipotesanya bahwa ada suatu eksperienasi langsung dan segera dari kualitas ekspresif dalam persepsi garis, bidang dan volume atau massa. Dalam hal ini eksperienasi merupakan suatu produk bukan dari gabungan intelektual tetapi merupakan gaung antara proses neurologi dan pola lingkungan. Jadi bangunan dikatakan tampil hidup, cerah dan indah bukan karena hubungan antara pola-pola saat itu dengan berbagai penandanya namun lebih karena adanya proses yang berdasarkan pada faktor biologis yang disebut konsep isomorphisme Gestalt. Kualitas emosional yang dikomunikasikan oleh rumah real-estat tersebut adalah asosiasional dengan relaksasi (Alan Isaac, 1971). Relaksasi yang menimbulkan kesenangan estetis karena penempatan elemen-elemen akrab ( batu alam, genteng, kayu) dan disukai tatanannya (order yang telah karib dengan skemata) penggunaan skala intim, bentuk, garis dan ruang yang telah dikenal sebelumnya dan telah menjadi konvensi umum.

Ketika nantinya pengguna ini jadi membeli rumah tersebut setidaknya sebagian kebutuhannya telah terpenuhi ( apakah kebutuhan menurut jenjang Maslow ataupun jenjang Steele ) selanjutnya justru Gibson menawarkan kesenangan estetika lain berikutnya yaitu pengalaman sekuensial sebagai participatory estetika formal. Peranannya sebagai *observer* ketika akan membeli rumah , kemudian menjadi *participant* saat akan merombak rumah dan kemudian menjadi *experiencer* ketika rumahnya telah memenuhi keinginan kebutuhan sesuai selera yang akhirnya menjadikan pengguna itu sebagai *kontemplator* dalam menjelajah dan mengisi detail dan perabot, pernik rumahnya merupakan sekuensial yang demikian estetis menyenangkan.

Simbolic estetik yang dulunya hanya sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan *afiliasi, belonging dan self esteem* berlanjut sebagai suatu kebutuhan akan identitas dalam puncak capaiannya.

Adapun dalam memahami makna sebagai seorang observer, participant, experiencer dan contemplator mempunyai banyak tingkatan tentang makna itu sendiri dan berbagai pendekatan untuk menelusuri makna suatu bentuk ( Lang, 1987) Teori *empirist* menyatakan bahwa makna terjadi setelah suatu kejadian dipersepsi dan dikenali susunannya oleh yang mempersepsi. Teori *transactional* menyatakan bahwa makna diberikan setelah suatu persepsi terjadi dan pengalaman masa lampau mengingatkan yang mempersepsi untuk memberikan makna baru. *Introspective Analysis* menyatakan bahwa makna harus diberikan terlebih dahulu sebagai penyuguh. Sementara itu teori Gestalt percaya pada makna ekspresif merupakan suatu fungsi dari karakter geometri lingkungan. *Psychoanalyst* mempostulatkan suatu komponen bawah sadar dari pikiran dimana memori yang disimpan dibangkitkan dari jiwa atau hati. Pendekatan *Ecological* menyatakan bahwa makna suatu obyek merupakan penerimaan visual langsung pada optik dimana susunan informasi non visualnya didapatkan oleh sistem perseptual yang lainnya.

Menurut pendapat Gibson (1950) terdapat beberapa type dari makna yaitu makna primitif, makna kegunaan, makna instrumen, makna nilai dan emosional dari suatu benda, tingkatan tanda dan tingkatan simbol. Hershberger (1974) mengidentifikasi lima type dari makna yaitu : makna presentasional yang melibatkan persepsi tentang raut dan bentuk , makna referensial, makna afektif, makna evaluatif dan makna preskriptif. Perbedaan yang cukup besar antara makna ketersediaan (*affordances* – Gibson) dengan konsep perskriptif dari suatu lingkungan adalah jika pada konsep *affordances* lebih mengarah pada kemungkinan perilaku yang dapat terjadi pada suatu struktur lingkungan sedangkan pada konsep preskriptif merupakan suatu paksaan untuk bertingkah laku menurut cara tertentu karena tuntutan struktur lingkungan.



(Mediational theory of Environmental Meaning, Hershberger 1974)

Pada teori Mediasional tentang makna suatu lingkungan oleh Hershberger terlihat bahwa untuk mendapatkan suatu respons dari individu harus ada stimulus yang berupa obyek. Obyek disini bisa berupa obyek *intangible* ( kejadian, tanda ) atau obyek *tangible* ( bentuk, simbol ). Jadi bentuk dan estetika merupakan suatu stimulus untuk mendapatkan respons guna mendapatkan pemaknaan. Stimulus

tersebut kemudian digambarkan dalam pikiran dan direspons dengan perasaan yang baru, kemudian dilakukan tindakan (atau berupa perasaan yang menyenangkan).

### 11.3. Estetika Simbolik Rumah Real-estat

Dari penjelajahan di atas tentang estetika yang terdapat pada olahan tampang rumah real-estat di Jakarta dari segi perencana (pengembang) maupun (calon) pengguna sedikit banyak telah dapat dinyatakan bahwa pendekatan estetika yang terdapat dan dilakukan terhadap perancangan dan pilihan rumah real-estat tersebut mengarah kepada estetika simbolik sebagai dasar olahan estetika tampang rumah (meskipun terdapat kepentingan yang berlawanan antara pengembang sebagai pedagang dan pengguna sebagai calon user-nya). Kedua individu tersebut dapat dikatakan sepakat untuk mendudukkan kepentingan estetika simbolik sebagai landasan atas kesenangan estetika yang akan diperoleh dan ditampilkan pada bangunan rumahnya. Selanjutnya tentu saja akan membawa konsekuensi bahwa yang akan hadir nantinya diharapkan juga makna simbolik (apakah men-simbol-kan gengsi, kekayaan, status adalah soal kemudian). Mengenai makna ini tak kurang Hersberger menyatakan :

*...Meaning is not contained in the elements of architecture, but rather something which is intended for attributed to them by human beings...*(Robert G. Hersberger, 1972)

Tidak setiap susunan elemen dalam bangunan dapat mempunyai makna secara langsung tetapi makna ini timbul karena adanya kaitan bagaimana perlakuan manusia terhadap susunan tersebut. Setidaknya terdapat dua makna dalam ilmu arsitektur yang pertama adalah makna representational atau obyektif yaitu makna yang berkaitan dengan obyek, kejadian, ide atau sejenisnya yang merupakan faktor diluar manusia. Sedang jenis yang kedua adalah faktor makna responsif atau subyektif yang hanya berhubungan dengan faktor internal manusia berkaitan dengan emosi, tingkah laku, perasaan manusia itu sendiri.

Lingkungan binaan sekitar kita penuh dengan makna simbolik dengan segala pengaruhnya terhadap individu sekeliling. Pengenalan terhadap makna ini disadari atau setengah disadari memberi pengaruh terhadap perasaan individu tentang lingkungan dan pemikiran tentang eksistensi dirinya sendiri. Makna simbolik selama ini belum merupakan masalah yang perlu disinggung, padahal pengenalan terhadap makna simbolik dari lingkungan binaan adalah hal yang cukup penting dimana dengan mengenal tersebut individu dapat memperoleh capaian kearah "rasa memiliki" (*sense of belonging*) atas tempat dan kaitan dirinya dengan kelompoknya, demikian dinyatakan oleh Amos Rapoport (1982)

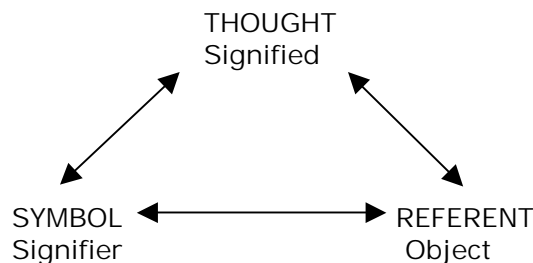
Para arsitek mendasarkan dirinya pada berbagai macam konsep yang normatif tentang arti dari makna. Geoffrey Scott (1935) mengumpulkan berbagai pernyataan dari sejumlah arsitek di era *Modern Movement* awal tentang berbagai konsep ini seperti "Arsitektur seharusnya mengekspresikan tujuan" atau "Arsitektur seharusnya mengekspresikan tata kehidupan masyarakatnya". Para perancang ini juga berpegang pada makna individual yang seharusnya terkomunikasikan. Arsitek Louis Kahn misalnya menyatakan saat mendesain 'Kedutaan Amerika Serikat' bahwa ia juga sangat menginginkan pernyataan yang tegas mengenai suatu konsep dan pandangan hidup. Artinya diperlukan makna individual setempat yang penting menjadi rujukan untuk rancangannya (berupa suatu simbolisme)

Dasar atau landasan yang diperlukan untuk memahami bagaimana sejumlah makna diabstraksikan dari pola lingkungan binaan adalah demikian terbatas. Makna ini harus benar-benar dikenali dalam kepentingannya sebagai makna simbolik suatu lingkungan dan masyarakatnya. Pertumbuhan makna simbolik ini harus menjadi bagian dari data perancangan lingkungan tentang sifat simbolis dan estetika simbolis yang bakal dimunculkan dalam suatu rancangan. Perhatian yang berkembang

tentang sifat simbolis bersamaan dengan perkembangan perhatian tentang pencarian ideologi desain yang baru pada masyarakat paska-industri, kemudian bahwa apa yang berkembang pada masyarakat ternyata penuh dengan simbolisme dan adanya permintaan dari *client* dan publik sekitar bahwa bangunan sebaiknya punya style atau gaya sehingga dapat mewujudkan identitasnya ( dan ini jelas sekali ternyata oleh fenomena penyediaan rumah real-estat seperti yang telah diungkapkan di depan)

Kategorisasi dan penjenisan yang berbeda-beda tentang makna simbolik ( seperti yang dinyatakan oleh Gibson ,1950) semuanya menyatakan bahwa beberapa makna lingkungan dapat diperbuat dengan penggunaan bahan/material tertentu dan sebagian dengan kualitas emosional yang oleh pengamat (*observer*) atau pengguna bangunan nantinya akan membaca makna melalui tampilannya. Pada makna simbolik terdapat cukup banyak pengertian mengenai tingkatan-tingkatan makna yang terdapat didalamnya. Adanya tingkatan ini dibuktikan dengan penggunaan istilah *imaji*, *sign* dan *symbol* yang masih sering dipertukarkan artinya. Suatu imaji adalah imitasi atau reproduksi atau bentuk yang mirip dengan sesuatu yang dimaksudkan. Misalnya imaji tentang rumah real-estat adalah imaji tentang suatu rumah tinggal. Tetapi jika rumah tersebut tersebut menyiratkan pengertian kemewahan dan tidak murah atau milik orang kaya saja maka imaji yang demikian ini lantas menjadikan rumah sebagai suatu simbol. Suatu simbol adalah hasil suatu proses kognitif dimana dengannya suatu obyek memperoleh konotasi tertentu dibalik penampilan fisiknya. Obyek dalam hal ini bisa berupa lingkungan atau individu yang dipandang sebagai suatu artefak. Makna dapat diturunkan dari apa yang pengamat dapat atau persepsikan dari suatu obyek. Makna ini bisa merupakan hasil dari asosiasi psikologikal, kesepakatan sosial, atau perangkat yang dipadankan pada sesuatu yang lain secara literal.

Sifat dari simbol yang sering dinyatakan dalam ilmu yang disebut sebagai semiology adalah lahan yang kerap mempengaruhi para arsitek dan designer lingkungan (seperti Broadbent, Bunt dan Jencks). Perhatian utama dari semiology adalah pada segitiga semiologikal yang merupakan hubungan antara *symbol*, *though*, dan *referent* seperti yang ternyata dalam diagram berikut



Lingkungan binaan mengandung struktur atau susunan permukaan berbagai material bahan , pigmentasi dan tingkatan iluminasi. Pola elemen tersebut merupakan penanda atau signifier. Idea dan makna yang berkaitan dengan pola ini – yang merupakan pertanda (signified) – mungkin mempunyai keragaman antar individu karena referensinya yang berlainan. Referensi ini yang membuat eksperienasi atas berbagai makna dan estetika mempunyai kemungkinan untuk berlainan. Karenanya jika ditinjau dari bentuk rumah di real-estat belakangan ini muncul beraneka ragam gaya dan model misalnya gaya Mediterania, Spanyol-an, klasik Yunani, European style, Chinese style yang secara sinis disindir oleh beberapa pengamat sebagai gaya atau style 'Modern Supermarket'. Ini semua terjadi karena perbedaan referensi dan asosiasinya dengan simbol yang diharapkan dari tampilan-tampilan yang demikian.

Makna symbolic juga tergantung dari konteksnya. Charles Moore (1938) menyatakan sekurangnya terdapat tiga tingkatan makna yaitu : syntactic, semantic dan pragmatic. Makna syntactic dihasilkan dari lokasi bangunan terhadap sekelilingnya. Makna semantic merujuk pada norma , idea atau sikap yang muncul dari penampilan elemen bangunannya. Makna pragmatic berkaitan langsung dengan symbol-symbol yang digunakannya dalam bangunan tersebut. Dengan konteks yang demikian maka makna symbolik yang muncul dari penampilan tampang rumah real-estat adalah makna syntactic yang tak dapat dipungkiri lagi bahwa penampilan rumah yang khas daerah perumahan Bintaro Jaya atau tampilan rumah kawasan Pondok Indah langsung menunjukkan lokasi dimana rumah tersebut berada dan ini sekaligus juga menunjukkan betapa lebih prestisius nya kawasan itu dibanding kawasan lainnya. Penampilan estetika tampang rumahnya langsung menunjukkan lokasi rumah tersebut. Makna semantic yang muncul dari tampilan rumah real-estat adalah norma khas misalnya pertetangaan yang tidak lagi akrab seperti di kampung ataupun munculnya sikap saling adu lebih dalam berpenampilan mendandani estetika tampang rumah masing-masing. Simbol-simbol yang digunakan seperti genteng keramik, kaca timah (yang relatif mahal), lantai marmer untuk teras langsung saja menyiratkan status dan keinginan penghargaaan bagi pemiliknya dalam peranannya sebagai suatu simbol status. Dan makna makna ini saling bertukar pemunculannya tidak tergantung pada type besar atau kecil namun demikian tergantung pada konteks dan referensi para pengguna dan lingkungannya ( barangkali inilah yang disebut pengaruh dari *affordances* oleh Gibson,1966)

Proses stimulus dan response secara umum menerangkan mengapa beberapa perbedaan interpretasi tentang simbol dapat muncul. Telah lazim diketahui bahwa variabel yang sama (seperti tampang bangunan) mungkin akan memberikan makna yang berlainan bagi pengamat yang berbeda. Di sisi lain bentuk yang berbeda mungkin juga akan mampu mengkomunikasikan makna yang sama. Dalam masyarakat yang homogen terdapat kesepakatan umum dalam simbolisasi tentang bangunan yang spesifik dalam style ataupun dekorasinya. Ketika pengalaman dan nilai berkembang maka akan muncul kemungkinan perbedaan makna terhadap pola yang sama. Teori design membutuhkan untuk mengenali hal ini karena makna simbolik menyediakan sejumlah sasaran bagi masyarakat dan menjadi hal yang penting dalam beberapa hal tertentu.

Suzanne Langer menyatakan bahwa "*Human being are symbol mongers*". Salah satu cara manusia berkomunikasi adalah dengan menggunakan simbol. Makna simbolik ini adalah mekanisme non verbal yang digunakan untuk menyampaikan pesan tentang diri manusia, latar belakang, status sosial, dan pandangan hidupnya. (Rapoport, 1982). Clare Cooper (1974) menyatakan bahwa manusia memilih rumah untuk merepresentasikan dirinya. Rumah dapat dipandang secara publik dan private. Tampang facade merepresentasikan imaji untuk publik dimana manusia menginginkan hubungan dengan masyarakat sekitarnya. Bahkan kadangkala tatanan interior (terutama ruang tamu) didesain menampilkan representasi kebanggaan pemilik bagi publik dengan tatanan detail furniture ala ruang pameran.

Pendekatan perilaku dalam memahami simbol menyatakan bahwa karena elemen dari dunia buatan dan makna yang spesifik mempunyai hubungan dalam situasi dimana manusia memperoleh kesenangan , maka itu akan berlanjut untuk menjadi hal yang dicari . Apa yang menjadi batasan dalam hubungan antara fungsi dan bentuk terdapat didalam hubungan simbolik karena pola dari suatu bentuk merupakan hal yang penting bagi masyarakat. Model ecological tentang persepsi dan proses kognisi mempunyai hubungan antara pola tertentu dari lingkungan binaan. Secara umum symbolism lingkungan menurut model ecological digambarkan sebagai berikut :



Suatu sikap (*attitudes*) tersusun atas kepercayaan dan nilai sikap yang mengarah pada makna simbolik yang spesifik. Pada suatu lingkungan sikap ini tumbuh dari pemberian atribut terhadap suatu nilai sampai menjadikannya suatu kepercayaan terhadapnya. Sikap seseorang terhadap suatu simbol tergantung pada sikap seseorang terhadap suatu referensi dan persepsi yang berkaitan dengan simbol dan referensinya.

Dalam studinya tentang Las Vegas, Robert Venturi menyatakan bahwa isi dari simbol (di Las Vegas) adalah kemasan dari pemasaran komersial secara artifisial dari kalangan jet-set, yang terjadi adalah pengabaian aspirasi simbolik dari kalangan menengah oleh kebanyakan perancang urban. Mereka mengenali simbol itu namun tidak menerimanya apalagi mau memanfaatkannya. Bagi mereka dekorasi simbolik dari lapisan kelas sub-urban menampilkan derajat yang rendah karena semuanya dinilai berdasarkan materi dan konsumerisme. Jika dicermati maka gejala ini juga melanda permukiman kota besar di Indonesia tak terkecuali Jakarta. Dimana-mana orang-orang tercuci otaknya oleh terjangan iklan dan konsumerisme dan bagi yang tidak dapat menyikapi maka kemungkinannya mereka akan terpinggirkan dan dianggap 'kampungan'. Yang terjadi adalah arsitektur dengan penampilan kekerasan yang vulgar dari penggunaan bahan/material dan 'polusi visual' terhadap sensibilitas arsitektural.

Pertanyaan yang mengemuka kemudian adalah bagaimana gejala tersebut dapat dengan cepat melanda dan menjadi *trend setter*?. Bagaimana pengaruhnya terhadap *behavior setting* dalam arti luas? Jawaban yang baik atas pertanyaan tersebut akan dapat membuat arsitek memahami lebih baik perilaku penggunaannya/*client*-nya dan andil arsitek terhadap lingkungan. Hanya saja ketrampilan menjawab pertanyaan tersebut kian langka belakangan ini. Nilai estetika simbolik demikian kuat dicekam dan ditentukan oleh kekuatan ekonomi pasar walaupun kondisi perekonomian nasional dalam kondisi kritis akibat resesi.

Lingkungan sekitar mengandung seribu satu macam pesan yang bermakna. Makna simbolik masyarakat diperoleh dari lingkungan alami maupun lingkungan binaan dari nilai-nilai yang disandangnya. Ini disadari atau tidak tergantung pada siapa mereka secara fisiologis, sosial dan psikologis. Inilah yang mendasari perbedaan dalam nilai estetika simbolik masing-masing. Perbedaan ini mempunyai sifat yang bervariasi dalam karakter organisme. Disana juga terdapat kelompok masyarakat yang mempunyai perbedaan konsep tentang estetika dalam berbagai tipe fisiologis.

Heinrich Wofflin (1885) menyatakan bahwa manusia mempunyai empati terhadap bentuk yang merefleksikan karakter permukaan suatu kelompok etnis yang dimilikinya. Ini tidak dinyatakan secara jelas dengan begitu saja, namun secara intuitif terasakan kehadirannya. Perbedaan sifat fisiologis mempengaruhi perbedaan konsep keindahan tentang manusia dan secara umum terlihat bahwa mereka lebih menyukai untuk membuat lingkungannya menjadi 'yang penting berbeda' dari lainnya sesuai keinginan dan persepsi mereka. Dengan demikian kompetensi fisiologis dan sikap terhadap lingkungan demikian erat berhubungan sebab-akibat.

Perbedaan personalitas lebih bisa diprediksi kepentingannya terhadap berbagai makna simbolik tentang lingkungan dibanding perbedaan kelompok masyarakat. Individual dengan kebutuhan dan keinginan yang tinggi sering muncul dan terlihat dari penampilan imajinya. Kalangan pe-bisnis cenderung untuk memiliki sesuatu yang bisa dipamerkan, rumah bergaya Mediteranian atau bergaya White House menjadi tampilan *performa* mereka. Sementara kalangan yang berprofesi

menengah (penghasilannya) yang tujuannya sering berkisar pada pemuasan pribadi bukannya penampilan sukses secara finansial cenderung untuk mencari arsitek yang dengan olahan style atau gaya standard dalam pencapaian design rumahnya. Inipun berlangsung pada *setting* real estat yang terlihat jika pemilik rumah akan mengembangkan rumahnya atau mengolah tampilan facade-nya.

Kebutuhan untuk pencapaian dan memperkenalkan diri (unjuk diri) bukan satu- satunya variabel personalitas yang menarik perhatian. Penelitian yang dilakukan oleh Cooper (1974) memberikan penemuan bahwa dimensi *introversion* – *extroversion* dari personalitas merupakan bahan prediksi yang baik tentang sikap manusia dalam memaknai lingkungan. Individu yang mempunyai perilaku *extrovert* terhadap lingkungan cenderung untuk mendekorasi rumahnya lebih mencolok dibanding sekelilingnya. Gejala ini tidak hanya bagi individu namun berlangsung juga secara kelompok. (contohnya eksklusifitas pada kawasan real-estat) Sikap terhadap lingkungan berkaitan erat dengan sikap sosial dan keanggotaan kelompok sosial (Rapoport 1977) . dalam suatu area perumahan , ukuran rumah, bentuk tapak sekitar, pengaturan jalan menuju rumah, derajat perbedaan tampilan antar rumah, fasilitas yang dipunyai semuanya mempunyai peranan dan kontribusi kepada efek estetika simbolik yang ditunjukkan oleh kelompok tersebut. Rumah kalangan *high-class* menunjukkan *privacy* yang lebih tinggi dari tampilan pagarnya yang menjulang. Kalaupun ada yang tampil tanpa pagar maka kawasan sekeliling dibentuk secara *cluster* dengan gardu jaga di jalur masuknya. Tatanan dekorasi dan landscapenya yang steril haram dijamah. Ini kontras bila dibandingkan dengan real-estate kalangan menengah yang cenderung malah lebih 'meledak' penampilan estetikanya (namun barangkali lebih terasa *locally* suasananya).

Variabel lain terlihat pada perumahan dengan densitas tinggi, misalnya perumahan kompleks khusus. Mereka menampakkan nilai yang berbeda dalam usahanya membatasi atau mempertegas ruang teritorial-nya, rancangan pola trafic dan sirkulasi. Detail jalan masuk, jenis bahan finishing yang digunakan, gardu jaga, penandaan wilayah dan warna rumahnya secara implisit menyimbolkan status , kepemilikan dan estetika simbolik.

Makna simbolik dari suatu lingkungan binaan seharusnya dipersepsi dalam kesatuan yang luas dari nilai-nilai masyarakat dan budaya. Di dalam sistem budaya barat terdapat kepercayaan yang diyakini bahwa alam lebih superior dibanding buatan manusia. Pola mengolah lahan secara tradisional, aktifitas dan organisasi sosial juga mempunyai pengaruh terhadap sifat dari simbolisme estetika arsitekturalnya. Mungkin perbedaan yang paling penting dalam persepsi dan kecocokan makna simbolik bangunan tumbuh dari kebiasaan individu. Misalnya perbedaan yang mencolok dalam mengapresiasi arsitektur post-modern antara arsitek dan orang awam. Studi yang dilakukan oleh Groat dan Canter 1979 menunjukkan bahwa perhatian terbesar persepsi antara keduanya adalah bagi orang awam bangunan dilihat apa adanya secara artifisial permukaan. Dan mereka juga merasa telah mengapresiasi jika mereka dapat menghubungkannya dengan salah satu style preseden dalam deretan sejarah arsitektur klasik. Muncullah estetika simbolik bahwa yang bergerigi (*stepped facade*) adalah bangunan pos-mo.

Rumah tunggal ( *single family house*) merupakan simbol suatu sistem kepercayaan yang menekankan aturan individual dan teritorial. Rumah jenis ini berpotensi menimbulkan imaji yang kuat tentang rumah sebagai '*home*'. Bandingkan dengan jenis rumah kopel atau deret ( yang dalam tindakan menunjukkan identitasnya menampilkan berbagai variasi pengolahan tampak depan yang demikian bersaing satu sama lainnya ). Berbicara tentang estetika simbolik penampilan rumah nampaknya dominasi pengaruh asing berhasil membenamkan kehadiran karakter lokal. Ini dapat terlihat pada berbagai jenis iklan perumahan yang menawarkan justru rumah dengan European style, American style, Chinese style dsb.

Kealamiahannya lingkungan setempat tidak lagi terjaga secara *locally* ( kalau dianggap bahwa yang *locally* itu yang Indonesia ). Inilah yang turut juga memacu percepatan kehilangan identitas dan terjadinya pergeseran nilai estetika simbolik suatu lingkungan binaan. Daya tarik non-Indonesia seperti ini memang jauh hari telah diramalkan oleh Santayana (1896) bahwa sesuatu yang ditempatkan secara biasa pada suatu *setting* justru malah menjadi unik dan lalu dianggap bernilai tinggi bila ditempatkan pada *setting* yang lain. Masalahnya estetika simbolik yang ditimbulkan memerlukan proses dan mempunyai konsekuensi dalam upaya peng-apresiasi-annya yang pasti punya dampak terhadap masyarakat di lingkungan alaminya.

Estetika simbolik juga bisa termunculkan karena pengaruh iklim. Teritis lebar dan atap miring adalah ekspresi estetika yang muncul karena pengaruh dalam menyikapi iklim tropis di Indonesia. Atap miring secara tidak langsung menyimbolkan atap daerah tropis. Ketika seseorang hendak berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya , ia akan membawa simbol identitas bersamanya dan akan digunakannya dalam situasi yang baru. Dalam hal ini kemungkinan terjadi simbol identitas itu secara fungsional tidak lagi cocok. Apa yang kita lihat kemudian adalah penempatan bentuk atap tradisional yang dipaksakan tampil sekedar mengejar identitas yang kemudian memunculkan bentuk yang sulit untuk dimaknai lagi estetika simboliknya. Terlalu lugas dan kurang cocok.

## KESIMPULAN

Estetika Simbolik pada tampilan arsitektur adalah salah satu dari pusat perhatian untuk apresiasi estetis. Pilihan masyarakat dalam mengolah lingkungan untuk mereka tempat tinggal seringkali berlandaskan pada hal yang simbolik. Amos Rapoport menegaskan bahwa dengan merubah simbol yang bersesuaian dan menjadi karakter suatu tempat, juga akan merubah persepsi manusia terhadap kualitas ruang. Perancang lingkungan bina seringkali berusaha untuk menciptakan simbol baru dengan memanipulasi variabel bentuk bangunan dengan intuisi yang cukup baik meskipun ini mempunyai tingkat kesulitan yang cukup tinggi dalam menangani dan menggunakan simbol sebagai landasan meraih estetika suatu lingkungan bina.

Sikap seseorang terhadap suatu simbol tergantung pada sikap seseorang terhadap suatu referensi dan persepsi yang berkaitan dengan simbol dan referensinya.

Santayana telah meletakkan dasar teori estetika dalam basis ilmu perilaku yang secara lugas menyatakan bahwa estetika tidak hanya dicapai secara formal saja namun dapat dicapai melalui unsur sensory dan ekspresi simbolik , dan melalui penjelajahan tentang estetika dan makna design tampang rumah real-estat di Jakarta kiranya dapat difahami mengapa terjadi trend yang seperti sekarang ini marak dengan pesona rumah bernuansa ke –barat-barat-an dengan pendekatan perilaku baik perancang maupun (calon) penggunaannya. Kontribusinya dengan demikian antara lain adalah membuka kesempatan dan wawasan bagi perencana untuk membuka khasanah dari segi perilaku , needs dan motivation pasar terhadap kekayaan simbolik arsitektur Nusantara sehingga setidaknya dapat memunculkan kharisma Nusantara sejajar dengan rona Barat yang deras melanda tampang real-estat Indonesia dewasa ini. Jalurnya tentu saja sesuai dengan pembahasan diatas adalah dengan memasukkan ilmu perilaku sebagai unit perancangan pada pemrograman arsitektur. Dengan demikian sebaiknya kita mulai menanyakan dan mengkaji secara serius tentang estetika simbolik dengan pendekatan yang diawali dari pengetahuan tentang perilaku sebagai langkah menuju arsitektur yang berkepribadian dan beridentitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiranti, Sri ; *Catatan Kuliah Isue Arsitektur dan Rancangan Perilaku tahun 2001*. S2-ITS. 2001.
- Attoe, Wayne : *Architecture and Critical Imagination*. John Wiley&Sons.Chicester.1978
- Bonta, Juan : *Architecture and its interpretations*.New York.Rizzoli.1979
- Brodhent,Geoffrey, Charles Jencks : *Sign, Symbol and Architecture*.New York.John Wiley.1980
- Cooper.Clare : *"The House as Symbol of the Self"* in *Designing for Human Behavior*.Stroudsburg. DH and Ross.1974
- Gelernter,Mark : *Sources of Architectural Form. A Critical History of Western Design Theory*. Manchester University Press.New York.1995
- Hersberger.Robert G : *Predicting the Meaning of Architecture*. In *Designing for Human Behavior*. Stroudsburg. DH and Ross.1974
- Lang, Jon : *Creating Architectural Theory ; The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*. Van Nostrand reinhold. 1987
- Langer, Suzanne.K : *Feeling and Form.a Theory of Art*. Charles Sibner's Sons.New York.1953
- Norberg-Schulz. Christian : *Meaning in Western Architecture*. New York.Praeger.1973
- Rapoport.Amos : *The Meaning of Built Environment : A non-verbal Communication Approach*. Beverly Hills. Cal. Sage. 1982
- REI Pusat Jakarta : *Dinamika 50 tahun perkembangan Real-Estate di Indonesia* . Jakarta.1999.
- Venturi, Robert et.al : *Learning from Las Vegas*. Cambridge.Mass.MIT press.1977
- Weber. Ralf : *On Aesthetics of Architecture. A Psychological Approach to the Structure and The Order of Perceived Architecture Space*.Avebury.England.1995