

KAJIAN ESTETIKA VISUAL BANDUNG *CREATIVE HUB* SEBAGAI REPRESENTASI IDENTITAS KOTA

Alfi Istiqomah Kusuma Putri¹, Muchlisiniyati Safeyah^{1*},

¹ Program Studi Arsitektur, UPN “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar,
Surabaya

* muchlisiniyati.ar@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Ditinjau dari konsep identitas kota, Bandung memiliki identitas sebagai kota kreatif. Namun, masih banyak bangunan arsitektur yang kurang mencerminkan identitas Bandung sebagai kota kreatif. Bandung Creative Hub merupakan bangunan pusat kreativitas yang dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Bandung sebagai sarana untuk berkreasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Sebagai pusat kegiatan kreatif warga kota, Bandung Creative Hub memiliki karakteristik elemen estetika visual tertentu yang dapat mencerminkan identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif. Penelitian ini mengkaji tentang karakteristik elemen estetika visual Bandung Creative Hub sebagai bangunan yang representasi terhadap identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif. Menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menganalisis Bandung Creative Hub berdasarkan variabel estetika visual, meliputi aspek susunan, keterpaduan, keseimbangan, simetri, proporsi, skala, ritme, kontras dan harmoni. Aspek estetika visual pada bangunan Bandung Creative Hub memiliki karakteristik yang atraktif sebagaimana representasi identitas Bandung sebagai kota kreatif. Bandung Creative Hub menjadi bangunan ikonis di kawasannya karena karakteristiknya yang lebih menonjol dibandingkan bangunan sekitarnya..

Kata-kunci: bandung creative hub; estetika visual; identitas kota

VISUAL AESTHETIC STUDY BANDUNG CREATIVE HUB AS A REPRESENTATION OF CITY IDENTITY

ABSTRACT

Observing from the concept of city identity, Bandung has an identity as a creative city. However, there are still many architectural buildings that do not reflect Bandung's identity as a creative city. Bandung Creative Hub is a center of creativity that is used by the people of Bandung City as a means to create, interact, and collaborate. As a center of creative activity for the city residents, Bandung Creative Hub has certain visual aesthetic elements that can reflect the identity of the City of Bandung as a creative city. This study examines the characteristics of the visual aesthetic elements of Bandung Creative Hub as a building that represents the identity of Bandung City as a creative city. Using a qualitative descriptive method that analyzes Bandung Creative Hub based on visual aesthetic variables, including aspects of composition, cohesiveness, balance, symmetry, proportions, scale, rhythm, contrast and harmony. Visual aesthetic aspects of the Bandung Creative Hub building have attractive characteristics as a representation of Bandung's identity as a creative city. Bandung Creative Hub is an iconic building in its area because of its more prominent characteristics compared to the surrounding buildings.

Keywords: bandung creative hub; city identity; visual aesthetics

PENDAHULUAN

Identitas kota merupakan bentuk keunikan yang dimiliki suatu kota sehingga menjadi aspek pembeda antar kota lainnya. Menurut Oktay (2002), identitas kota lebih merujuk pada identitas tempat. Sejumlah karakteristik dan elemen membentuk karakter dan identitas sebuah kota. Elemen tersebut dapat berupa elemen terbangun yang merupakan unsur kritis dan berpengaruh terhadap identitas suatu tempat. Selain itu, pembentukan identitas dipengaruhi oleh pemaknaan komponen simbolik (Lalli, 1992).

Interaksi dari aktivitas fisik dan makna tempat, menciptakan *sense of place*. Hal tersebut merupakan salah satu standar pencapaian identitas yang berkaitan dengan estetika visual pada penampilan fasad bangunan (Relph, 1976). Estetika visual dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan dan kenyamanan pengguna. Kualitas estetika visual cenderung memiliki tolak ukur yang subjektif, namun menurut Moughtin (2003) kualitas estetika visual *urban design* dapat dianalisis berdasarkan aspek susunan, keterpaduan, keseimbangan, simetri, proporsi, skala, ritme, kontras dan harmoni. Isu mengenai identitas kota menjadi penting terkait aspek identitas yang merupakan komponen utama menghadapi perkembangan dan globalisasi dalam keberlanjutan dari suatu kota (Scheffler, 2009). Seiring berjalannya waktu, identitas kota mengalami perubahan sebagai konsekuensi dari berbagai macam pembangunan permukiman, industri, maupun pariwisata.

Menurut Audina, sejak akhir abad 20, konsep kota kreatif sudah mulai muncul. Konsep tersebut muncul melalui konteks spasial dalam penyerahan pembangunan ekonomi, pencarian kreativitas individual dan industri, dan kreativitas (2019). Fenomena tersebut terjadi juga di Kota Bandung, berdasarkan *survey* dari United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO) satu kota yang termasuk konteks kota kreatif adalah Kota Bandung (UNESCO *Creative Network*). Hal ini dilatarbelakangi oleh perkembangan sektor industri kreatif di Kota Bandung yang sangat pesat. Tahun 2008, Ridwan Kamil selaku Walikota Bandung membuat konsep “Bandung Creative City” atau “Bandung Kota Kreatif” sebagai identitas kota. Identitas tersebut diharapkan didukung juga oleh karakter arsitekturnya, namun sampai sejauh ini belum banyak terealisasi

Potensi Bandung yang cukup besar dalam sektor industri kreatif dapat dilihat melalui *survey* dari Data Statistik Badan Ekonomi Kreatif tahun 2016, sebanyak 11,81 persen perekonomian Kota Bandung didapat dari sektor industri kreatif yang mencakup sub-sektor arsitektur, periklanan, kerajinan, pasar barang seni, kuliner, music, desain, *fashion*, *film*, penerbit dana percetakan, permainan interaktif, video, dan fotografi, televisi dan radio, serta seni pertunjukan. Ditinjau dari berbagai potensi industri kreatif yang dimiliki, Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki komitmen untuk mendukung kegiatan kreatif dengan membangun sebuah tempat sebagai penunjang kegiatan kreatif agar tetap berkembang. Hal tersebut diwujudkan dengan adanya Bandung *Creative Hub*.

Bandung *Creative Hub* adalah bangunan pusat kreativitas yang terletak di pusat wisata Kota Bandung. Gedung ini dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Bandung sebagai sarana untuk berkreasi, berinteraksi, dan berkolaborasi dalam beberapa sub-sektor oleh para pegiat atau orang-orang kreatif seluruh kota Bandung. Bandung *Creative Hub* diklaim sebagai alun-alun kreatif. Ditinjau dari konsep identitas Bandung sebagai kota kreatif,

Bangunan Bandung *Creative Hub* sebagai pusat kegiatan kreatif warga kota, sudah seharusnya memiliki karakteristik elemen estetika visual yang mencerminkan dari identitas kota kreatif itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini mengkaji tentang karakteristik elemen estetika visual berdasarkan teori estetika visual *urban design* menurut Moughtin (2003)..

METODE

Metode pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, melalui analisa terhadap estetika visual pada bangunan Bandung *Creative Hub*. Analisa dilakukan untuk menemukan karakteristik estetika visual Bandung *Creative Hub* sebagai representasi identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif. Data yang diproses pada penelitian ini bersifat kualitatif, yang menggunakan analisis interaktif. Data diproses melalui proses reduksi data terlebih dahulu sebelum dilakukan verifikasi dan penyajian data (Milles, 1992)

Obyek Bandung *Creative Hub* dianalisis berdasarkan teori estetika visual. Data-data kualitatif yang dihimpun selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan temuan. Variabel penelitian yang digunakan sesuai dengan teori-teori yang mendukung dan valid oleh Moughtin. Adapun aspek-aspek penilaiannya diantaranya meliputi aspek susunan, keterpaduan, keseimbangan, simetri, proporsi, skala, ritme, kontras dan harmoni (Moughtin,2003). Untuk menyesuaikan dengan konteks analisa fasad arsitektur, aspek penilaian yang akan digunakan sebagai tolak ukur penilaian adalah aspek keterpaduan, keseimbangan, proporsi, skala, ritme, kontras dan harmoni.

HASIL DAN DISKUSI

Bandung *Creative Hub* merupakan bangunan pusat kreativitas yang berlokasi pada pusat wisata Kota Bandung, yang berlokasi di Jalan Laswi No. 7, Kota Bandung, Jawa Barat. Bandung *Creative Hub* yang diresmikan tahun 2017 ini diperuntukkan untuk para seniman dan pelaku kreatif untuk berinteraksi, berkreasi, dan berkolaborasi dalam beberapa sub-sektor seperti musik, kuliner, fotografi, film animasi, kriya, *games, fashion*, desain komunikasi visual, desain interior dan arsitektur, televisi/radio, desain produk, seni rupa, dan periklanan. Terdapat berbagai fasilitas yang terdapat pada Bandung *Creative Hub* yaitu Studio Inovasi (*3D Printer Laser Cutting, Textile Printer*), Studio Foto/TV, Studio ICT/*Games*, Studio Musik, Studio Keramik, *Design Museum*, Studio *Fashion, Design Store, Design/Art Library, Art Gallery*, Bioskop Untuk Film Eksperimental, *Classroom, Café and Restaurant, Design Studio, Library and Co-Working Space*. Bandung *Creative Hub* mempunyai bentuk dan tampilan bangunan yang berbeda, unik dan menarik dibandingkan dengan bangunan di sekitarnya. Kegiatan-kegiatan tersebut bernaung dalam bangunan arsitektur yang diharapkan representatif terhadap kegiatan kreatif yang berada di dalamnya. Sehingga kajian estetika visual berdasarkan Moughtin (2003), pada Bandung *Creative Hub* bertujuan untuk menemukan karakteristik secara visual.

Keterpaduan (*Unity*)

Aspek keterpaduan pada Bandung *Creative Hub* ditunjukkan melalui beberapa aspek yang meliputi aspek keterpaduan pada fasad bangunan dan keterpaduan dengan bangunan sekitarnya. Keterpaduan pada fasad bangunan terlihat dari elemen bidang geometris yang disusun secara dinamis, penggunaan ornamen *extrude* yang memiliki kesan tidak rata, dan penggunaan warna *colorful* yang secara keseluruhan memberikan kesan atraktif. Ornamen *extrude* yang terdapat pada fasad memiliki kombinasi warna biru, kuning, dan hijau yang diatur secara diagonal, disatukan dengan warna dasar putih (gambar 1). Susunan ornamen tersebut diulang pada seluruh bangunan sehingga memunculkan aspek kesatuan yang konsisten. Konsistensi kesatuan ornamen menjadikan fasad Bandung *Creative Hub* sukses dalam mencerminkan kehidupan kreatif para pengguna di dalamnya.



Gambar 1. Aspek keterpaduan elemen fasad dari elemen-elemen bidang geometris, warna *colorful*, dan ornamen *extrude*.
(Sumber: ekbis.sindonews.com)

Dari aspek keterpaduan bangunan dengan lingkungan sekitar, Bandung *Creative Hub* memiliki karakteristik yang berbeda dan lebih menonjol dibandingkan dengan bangunan sekitarnya. Gubahan massa dan komposisi warna Bandung *Creative Hub* tidak menunjukkan sinkronisasi dengan bangunan sekitar yang cenderung memiliki massa bangunan satu lantai dengan komposisi warna pastel dan kecokelatan (gambar 2). Aspek keterpaduan yang menghasilkan bangunan yang lebih menonjol, fasad bangunan yang mencolok, dan bentuk atraktif, mencerminkan fungsi kegiatan-kegiatan kreatif yang ada di dalamnya.



Gambar 2. Keterpaduan gubahan massa dan warna yang kontras dengan lingkungan sekitar.
(Sumber: Google Earth, 2020)

Keseimbangan

Aspek keseimbangan pada bangunan Bandung *Creative Hub* dapat ditinjau melalui keharmonisan setiap bagian dari elemen-elemen dalam desainnya. Seperti adanya keselarasan antara komposisi dan repetisi ornamen *extrude* yang terdapat pada fasad, serta kombinasi warna biru, kuning, dan hijau (gambar 3). Keselarasan komposisi dan kombinasi warna yang digunakan membentuk suatu keseimbangan yang harmonis. Keseimbangan komposisi masif dan transparan terlihat dari keseluruhan fasad. Komposisi masif pada bagian sisi yang satu diimbangi dengan komposisi transparan pada sisi lainnya, demikian halnya dengan komposisi masif dan transparan terlihat pada bagian bawah, tengah, dan atas. Estetika visual Bandung *Creative Hub* ditunjukkan dengan penyelesaian keseimbangan asimetris dari berbagai sisi, yaitu sisi Utara, Selatan, Timur dan Barat.



Gambar 3. Keseimbangan komposisi masif dan transparan pada Bandung *Creative Hub*.
(Sumber: Tri Ispranoto, 2019)

Proporsi dan Skala

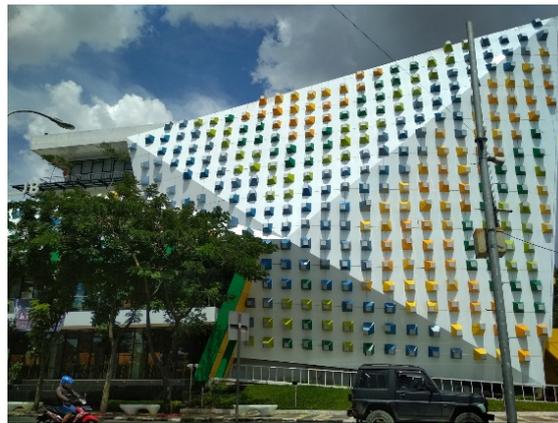
Sekalipun jika ditinjau secara pembagian pada masing-masing bentuk yang digunakan terlihat tidak proporsional, namun secara keseluruhan Bandung *Creative Hub* terlihat proporsional. Hal ini disebabkan penggunaan bentuk-bentuk geometris yang ada disusun secara dinamis. Bandung *Creative Hub* memiliki 5 lantai dengan tambahan *basement* sebagai tempat parkir, serta *rooftop* yang difungsikan sebagai taman dan area komunal. Proporsi bangunan cenderung melebar, dengan skala monumental. Keberadaan bangunan Bandung *Creative Hub* terlihat lebih dominan dibandingkan dengan bangunan sekitarnya. Hal ini ditinjau dari beberapa karakteristik fasad yang dimiliki oleh Bandung *Creative Hub*, yaitu adanya bentuk geometris dengan ornamen *extrude* kecil-kecil tetapi dengan jumlah banyak, dan penggunaan detail yang kontras pada ornamennya. Proporsi dan skala monumental pada bangunan Bandung *Creative Hub* memberikan kesan lebih agung dan menjadikan bangunan ini menjadi ikonik di kawasannya (Gambar 4.).



Gambar 4. Bandung *Creative Hub* sebagai bangunan ikonik di kawasanannya.
(Sumber: patrakomala.disbudpar.bandung.go.id, 2019)

Pengulangan (Ritme)

Bangunan Bandung *Creative Hub* memiliki ritme pada detail ornamen fasad bangunan. Ornamen *extrude* yang terdapat pada fasad memiliki kombinasi warna biru, kuning, dan hijau dengan penyusunan secara dinamis membentuk suatu ritme yang padu. Selain itu, bentuk *extrude* juga mengalami pengulangan dengan permainan warna. Bangunan juga memiliki bentuk fasad yang mengalami pengulangan pada bagian *entrance*. Ritme yang terbentuk pada Bandung *Creative Hub* ini menggambarkan sesuatu yang berulang dan tampak sebagai pergerakan yang menyatu dan berpola (gambar 5).



Gambar 5. Pengulangan ornamen dan warna pada Fasad.
(Sumber: Nia Janiar, 2018)

Kontras dan Harmoni

Ditinjau dari karakteristik fasad bangunannya, Bandung *Creative Hub* ini cenderung lebih menonjol dibandingkan bangunan sekitarnya. Hal tersebut dikarenakan penggunaan bentuk geometris yang berbeda daripada bangunan sekitarnya, pemilihan warna yang mencolok pada ornamen fasad, serta proporsi dan skala yang lebih menonjol. Harmoni diperoleh dari irama ornamen-ornamen pada fasad bangunan. Sehingga ada unsur harmoni yang terbentuk secara khas bila bangunan ini dilihat secara tunggal. Namun sayangnya

ornamen-ornamen tersebutlah yang mengurangi harmoni bangunan Bandung *Creative Hub* terhadap bangunan sekitar.

KESIMPULAN

Bangunan Bandung *Creative Hub* dari berbagai unsur estetika visual mencerminkan identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif. Bangunan menggambarkan kesan kreatif dan atraktif, tidak hanya dilihat dari segi fungsionalitas yang menampung kegiatan-kegiatan kreatif di dalamnya, tetapi juga estetika visual yang mencakup aspek keterpaduan, keseimbangan, proporsi, skala, pengulangan, kontras, dan harmoni. Bandung *Creative Hub* mencerminkan kehidupan kreatif para pengguna di dalamnya, yang ditunjukkan pada elemen-elemen fasad, seperti ornamen *extrude*, *colorful*, bentuk geometris, komposisi dinamis, keseimbangan asimetris, irama yang padu, kontras dan harmoni dengan lingkungannya. Karakteristik bangunan yang lebih menonjol dan berbeda dengan karakteristik bangunan sekitarnya menjadikan Bandung *Creative Hub* menjadi bangunan ikonis di kawasannya. Namun karena karakter kreatif yang dimunculkan pada bangunan ini menyebabkan kurangnya harmonisasi dalam citra lingkungan sekitarnya. Hal ini dikarenakan bangunan sekitar tidak memiliki desain yang kontras seperti bangunan Bandung *Creative Hub*. Sehingga, bila dilihat sebagai bangunan tunggal, Bandung *Creative Hub* dapat menjadi representasi identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif, namun tidak dapat semata-mata mengangkat citra lingkungannya sebagai kawasan kota dengan identitas kreatif. Oleh karena itu perlu perencanaan untuk mengharmonisasi lingkungan kawasan Bandung *Creative Hub* agar dapat menimbulkan identitas Kota Bandung sebagai kota kreatif yang lebih kuat lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengampu mata kuliah Penelitian Arsitektur Kelas A, Program Studi Arsitektur, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Audina, R., & Atnan, N., 2019. Peran Bandung Creative Hub Dalam Membentuk City Branding Kota Bandung Sebagai Kota Kreatif. *eProceedings of Management*, 6 (1).
- Lalli, M., 1992. *Urban-Related Identity: Theory, Measurement, And Empirical Findings*. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Milles, Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, hlm. 16.
- Moughtin, C., 2003. *Urban Design: Street and Square*. An Imprint of Butterworth Heinemann Ltd, Linacre House. Oxford
- Oktay, Derya, 2002. *The Quest For Urban Identity In The Changing Context of The City Of Northern Cyprus*, *Jurnal Cities*, Vol 19, No.4., Elsevier Science Ltd.

Relph, E., 1976. On The Identity Of Places. In Carmona, Urban Design Reader (pp. 102-107). Oxford: Architectural Press.

Scheffler, N., 2009. Identity And The City: Urban Identity an Asset for sustainable Development in Times ofg Globalization. URBACT Annual Conference.