



BAB IV

DISKUSI

Pada studi kasus, terlihat usaha arsitek untuk citra suatu *brand* pada bangunannya. Seperti pada Prada, bentuk asimetris pada bangunannya tercermin citra kebebasan, yang juga merupakan citra dari produk tersebut. Kemiripan motif pada produk dan elemen bangunan, merupakan salah satu upaya keberhasilan Herzog dan de Meuron (HdM) memperkuat citra pada bangunan untuk sebuah produk. Adanya pola-pola geometri yang berulang secara teratur dengan warna kontras. Pada fasade bangunan yang menggunakan baja, juga terlihat membentuk pola-pola geometri berupa belah ketupat. Memang menjadi karakter desain dari HdM, yang suka menggunakan elemen-elemen geometri pada bangunannya. Persamaan antara keduanya dapat dilihat pada tabel 3 berikut,

Tabel 3. Perbandingan Produk Prada 2008 Dengan Bangunannya

| Produk Prada 2008 | Bangunan Prada |
|--|---|
|  <p style="padding-top: 10px;">Pola geometri kotak-kotak dengan menggunakan warna yang kontras. Produk ini dipasarkan setelah bangunannya sudah ada. Inspirasi yang muncul akibat pengaruh dari citra bangunan Prada.</p> |  <p style="padding-top: 10px;">Bangunan selesai terbangun tahun 2003. Pola geometri belah ketupat terwujud dari struktur baja yang padat dan kaca yang transparan pada fasade yang memberikan juga efek yang kontras.</p> |

Sebelumnya, produk Prada memang terkenal memiliki inovasi desain yang tinggi. HdM mampu menerjemahkan ketertarikan kliennya kepada citra arsitektur yang inovatif. Yang diwujudkan pada bangunan melalui estetika arsitektur dengan aspek subjektif (Prada) yang inovatif dan aspek objektif (objek bangunan) dari bentuk kristal dan fasade kaca yang berbentuk belah ketupat. Selain itu, Pendekatan *intangible* maupun *tangible* dilakukan dengan tujuan menghasilkan desain yang kontemporer dan eksperimental⁶⁵.

Pendekatan *Intangible* yang didasari pendekatan kombinasi metafor (*combined metaphors*)⁶⁶, untuk menciptakan keseluruhan bangunan seperti sebuah lemari pajangan (*a showcase*). Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen melalui pandangan mata yang dapat langsung melihat produk-produk dari Prada. Kaca pada fasade bangunan yang dibuat seperti lensa kontak pada mata untuk memperbesar dan membuat fokus proses penglihatan terwujud pada penggunaan kaca cembung pada beberapa sisi fasade. Kaca yang dilengkungkan dapat mengeliminasi pantulan cahaya. Sehingga, penerapannya pada jendela bangunan yang memberikan kemudahan untuk melihat ke dalam.

Selain itu, pendekatan transformasi dilakukan melalui perubahan bentuk yang diperoleh dari aturan hukum berlaku dan melalui beberapa tahapan penyesuaian pada program ruang di dalam dan juga kebutuhan ruang di luar seperti plaza yang mempengaruhi perubahan bentuk⁶⁷. Setelah itu, perubahan bentuk yang lebih diarahkan ke bentuk kristal yang juga diinterpretasikan seperti tas berharga yang pada akhirnya menjadi wujud bangunan.

Eksplorasi detail pada kaca memang dilakukan mereka secara detail. Dengan mempelajari sifat-sifat yang ada pada kaca dan juga membandingkannya dengan lensa kontak mata. Sehingga, hasilnya berupa permukaan bangunan dengan variasi kaca cembung dan datar merupakan wujud desain yang luar biasa untuk sebuah pertokoan. Karena efeknya menjadikan produk terlihat lebih jelas dan

⁶⁵ Lihat pembahasan mengenai Tujuan Desain Kontemporer dan Eksperimental pada hal.11.

⁶⁶ Lihat pembahasan mengenai *Combined Metaphors* pada hal.13.

⁶⁷ Lihat pembahasan mengenai Transformasi pada hal.13.

membesar dari luar bangunan. Tidak hanya itu beberapa preseden yang dilakukan juga membantu mereka menghasilkan detail kaca tersebut. Sehingga, hasil yang didapat dari berupa bangunan ini luar biasa. Hal ini diakui oleh pernyataan dari Toyo Ito, “*One of fairly major changes of contemporary architecture, the discovery of a new materiality, through extraordinary preoccupation with surfaces*”⁶⁸. HdM memang memiliki keunggulan pada pengolahan permukaan dan detail bangunan. Keunggulan itulah yang juga dimiliki Prada, yaitu unggul pada penyelesaian detail yang sempurna.

Tidak hanya itu, pengalaman ruang yang dihasilkan dari skala dan proporsi yang dihasilkan bangunan ini memang menyerupai lemari pajangan (*a showcase*) yang besar. Dengan lokasi sekitar yang dipadati oleh bangunan dengan ketinggian empat lantai, Herzog dan de Meuron ingin bangunan Prada lebih terlihat, lebih tinggi, dan lebih langsing. Hal ini diwujudkan dengan enam lantai pada bangunan dengan atap yang lancip pada ujungnya sehingga memperkuat bangunan ini terlihat langsing dan tinggi diantara bangunan lainnya. Skalanya yang dibandingkan dengan manusia sehingga membuat manusia merasa kecil. Proporsi kaca yang kecil-kecil jika dibandingkan dengan bangunan keseluruhan dengan efek pantulan cahaya, turut menambahkan citra kemewahan yang ada pada dunia Prada. Hal tersebut juga diperkuat dengan warna krem pada interiornya yang memberikan kesan lembut dan elegan⁶⁹. Selain itu, material pada fasade yang digunakan berupa baja yang memberikan kesan kokoh dan kaca yang memberikan kesan dingin juga dinamis⁷⁰. Perpaduan dari penggunaan material memberikan kekontrasan yang juga terdapat pada ciri dari produk tersebut.

Namun, jika dibandingkan dengan karya-karyanya, karakter HdM yang muncul pada Bangunan Prada dari penggunaan fasade yang menjadi satu kesatuan dengan atapnya yang menggunakan struktur baja. Hal ini juga terlihat pada karyanya, *Bird Nest Stadium* (BNS) di Beijing, Cina. Tapi yang membedakan, garis-garis yang terbentuk dari baja pada BNS seolah-olah tidak teratur atau terlihat abstrak.

⁶⁸ <http://www.arcspace.com>

⁶⁹ Lihat pembahasan mengenai Warna dan Kesan Warna pada hal.9.

⁷⁰ Lihat pembahasan mengenai Sifat Pengenalan Bahan pada hal.10.

Sedangkan pada bangunan Prada, garis yang terbentuk merupakan garis-garis yang teratur dan membentuk celah-celah belah ketupat yang diisi oleh kaca, terlihat pada tabel 4 berikut,

Tabel 4. Perbandingan Bangunan *Bird Nest Stadium* Dengan Bangunan Prada

| Bangunan | Persamaan | Perbedaan |
|--|--|--|
|  <p data-bbox="339 786 691 869">Bangunan <i>Bird Nest Stadium</i> (BNS)</p> | <p data-bbox="738 607 1026 790">Adanya satu kesatuan fasade dengan atapnya yang menggunakan struktur baja.</p> | <p data-bbox="1058 607 1345 1238">Pada BNS, garis-garis yang terbentuk dari baja pada stadion seolah-olah tidak teratur atau terlihat abstrak. Sedangkan, pada bangunan Prada, garis yang terbentuk merupakan garis-garis yang teratur dan membentuk celah-celah belah ketupat yang diisi oleh kaca.</p> |
|  <p data-bbox="419 1357 611 1384">Bangunan Prada</p> | | |

Berbeda dengan studi kasus pada bangunan Tod's, karakter Toyo Ito justru terlihat sangat nyata berupa komposisi geometri yang tidak kaku. Walaupun dengan bentuk bangunan L, Ito kembali memiliki permainan beton saling silang pada fasadenya. Ditambah penggunaan unsur yang ringan dan transparan diwujudkan pada penggunaan fasade kaca. Penggunaan warna yang tidak mencolok bahkan cenderung ke arah putih dan gradasinya juga menjadi karakter dari desainnya. Penerapan lapisan fasade dari beton dan kaca juga terlihat pada karyanya *Serpentine Pavilion* di London. Bangunan tersebut juga memiliki warna yang hampir sama dengan bangunan Tod's. Sehingga dapat dikatakan, wujud


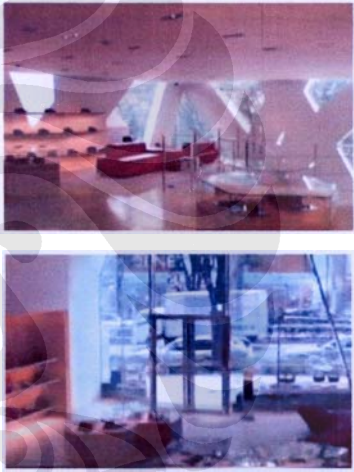
bangunan yang dihasilkan untuk Tod's hampir sama persis dengan *Serpentine Pavilion*, terlihat pada tabel 5 berikut,

Tabel 5. Perbandingan Bangunan *Serpentine Pavilion* Dengan Bangunan Tod's

| Bangunan | Persamaan | Perbedaan |
|--|--|---|
|  <p data-bbox="352 813 715 846">Bangunan <i>Serpentine Pavilion</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="778 555 1053 987">• Komposisi geometri massa bangunan yang tidak kaku, diwujudkan dengan penggunaan bentuk fasade yang saling silang. <li data-bbox="778 1010 1053 1442">• Unsur ringan dan transparan diwujudkan pada penggunaan material kaca dan warna material yang cenderung ke arah putih atau gradasinya. | <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1078 555 1353 1285">• Fasade yang saling silang pada <i>Serpentine Pavilion</i> cenderung membentuk celah tidak teratur. Sedangkan, pada Tod's cenderung teratur dari celah bagian bawah yang besar kemudian mengecil pada bagian teratas bangunan. <li data-bbox="1078 1308 1353 1794">• Massa bangunan yang cenderung menyerupai kotak pendek, sedangkan pada Tod's cenderung memiliki massa bangunan L yang langsing dan tinggi. |
|  <p data-bbox="435 1599 635 1632">Bangunan Tod's</p> | | |

Usaha penyesuaian dengan citra yang ada pada suatu *brand* dilakukannya melalui pendekatan *tangible metaphors*⁷¹ diterapkan pada fasade bangunan yang mengaplikasikan siluet sembilan pohon Zelkova yang disusun bertumpuk disesuaikan dengan luasan fasade yang ada. Usaha ini justru memperlihatkan bahwa Ito berusaha menyesuaikan bangunan dengan lokasi yang didominasi oleh kehadiran pohon tersebut. Citra dari *brand* yang unggul pada bahan kulit tercermin pada interiornya yang didominasi oleh warna coklat, seperti yang terlihat pada tabel 6 berikut,

Tabel 6. Perbandingan Produk Tod's Dengan Interior Bangunannya

| Produk Tod's | Interior Bangunan Tod's |
|--|---|
|  <p data-bbox="331 1397 815 1532">Bahan kulit yang memiliki warna coklat sebagai warna aslinya divariasikan dengan warna buatan.</p> |  <p data-bbox="836 1397 1342 1532">Warna coklat pada kulit diwujudkan pada interior yang juga didominasi warna coklat.</p> |

Namun, sepertinya keberadaan bangunan ini bukan sekedar untuk menyampaikan citra dari *brand*-nya. Tapi pengalaman dari suatu ruang melalui pemahaman hubungan manusia dengan sekitarnya. Seperti pernyataan dari Diego Della Valle, "*The headquarters is a space that respects people, through its size, light, and greenery*"⁷². Dipahami dari pernyataan dan kenyataan yang ada, penyesuaian citra *brand* pada bangunan dilakukan tidak secara menyeluruh. Sehingga,

⁷¹ Lihat pembahasan mengenai *Tangible Metaphors* pada hal.12.

⁷² <http://www.businessweek.com>

bangunan ini diketahui sebagai bangunan Tod's karena memiliki logo Tod's pada bagian atasnya. Atau justru orang mengenalinya karena gaya arsitek yang lebih mendominasi dibandingkan *brand*-nya.

Pada kasus Dior, terlihat usaha SANAA yang menyesuaikan dengan citra yang ada pada suatu *brand*. Usaha yang dilakukan berupa penggunaan elemen-elemen bangunan yang menyerupai produknya. Produk tersebut memang memiliki citra kemewahan dengan efek kilauan yang selalu terdapat pada produknya baik, lipstik maupun produk riasan wajah seperti *eye-shadow* (untuk mata). Kesamaan yang ada pada dapat dilihat pada lipstik terlihat pada kemasannya, yang dijelaskan pada tabel 7 berikut,


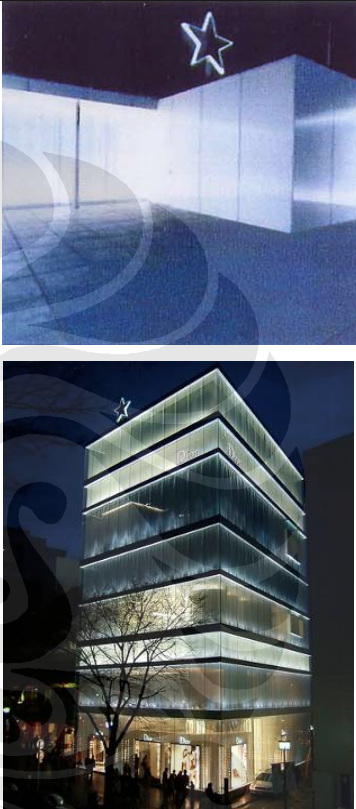
Tabel 7. Lipstik Dior 2006 Dengan Bangunannya

| Lipstik Dior 2006 | Bangunan Dior |
|---|---|
|  <p data-bbox="343 1556 821 1691">Lipstik dengan tema <i>star product</i>. Kilauan tercipta dari kemasan semi transparan yang menyerupai bangunan.</p> |  <p data-bbox="845 1556 1324 1691">Bangunan yang selesai terbangun di tahun 2003, nampaknya memberikan inspirasi pada produk Dior.</p> |

Lipstik dengan kemasan berwarna perak mewakili bangunan di siang hari. Sedangkan, warna biru mewakili bangunan di sore hari. Terlihat beberapa desain produk Dior justru terinspirasi bangunannya. Tidak hanya itu, elemen bintang

pada bagian atas bangunan, juga terdapat pada beberapa produk Dior. Karena, bintang dapat bersinar di malam hari, mewakili citra kemewahan yang ada pada produknya. Maka, bintang menjadi identitas Dior. Hal tersebut terlihat pada bangunan dan produk Dior pada tabel 8 sebagai berikut

Tabel 8. Perbandingan Parfum Dior Dengan Bangunannya

| Parfum Dior | Bangunan Dior |
|---|--|
|  <p data-bbox="365 1274 708 1355">Elemen bintang pada produk Parfum <i>Dior Star 2005</i></p> |  <p data-bbox="794 1429 1337 1458">Elemen bintang yang terdapat pada bangunan</p> |

Selain elemen bintang, digunakan material fasade berupa kaca dan akrilik yang yang memiliki sifat tembus cahaya dengan daya tembus yang berbeda-beda. Eksplorasi dilakukan pada akrilik yang dibuat lengkung pada sisi dalam bangunan, sedangkan pada bagian luar bangunan digunakan kaca. Dengan adanya akrilik pada bagian dalam sisi kaca memberi kesan seperti kain pakaian yang menggantung. Variasi jarak antar elemen aluminium yang berbeda-beda dan material kaca, memberikan citra elegan. Selain itu, lembut dan feminin karena

didominasi warna putih⁷³ pada siang hari. Sedangkan, malam hari bangunan ini memiliki warna biru⁷⁴ yang menimbulkan kesan menarik dan modern.

Secara keseluruhan bangunan Dior memang menarik perhatian. Karena kehadirannya yang berwarna putih susu dan menyala di tengah kepadatan lokasi. Bangunan ini juga nampak seperti es di antara bangunan lain yang terlihat gelap, membuat bangunan ini lebih disadari kehadirannya. Seperti pernyataan N.P. Thompson, *“Dior Omotesando,” a Dior retail store in Tokyo with semi-transparent acrylic screens all around the clear glass exterior, imparting the building with an eerie, icy look among all the other dark, gloomy buildings*⁷⁵.

Selain itu, melalui bangunan ini, arsiteknya bertujuan membawa citra kemewahan yang siap digunakan (*luxury ready-to-wear*) yang dengan pemakaian warna yang senada. Kepraktisan yang terlihat dari penggunaan material yang membentuk bidang-bidang sederhana. Bentuk bangunan trapesium mengikuti luasan denah. Skala bangunan yang lebih tinggi dari bangunan yang ada disekitarnya, membuat bangunan ini terlihat monumental dan langsing. Sehingga, secara keseluruhan tercipta komunikasi arsitektur persuasif mengundang setiap orang untuk memasuki dunia Dior yang mewah.

Penggunaan kilauan cahaya pada produk-produk dari Dior, juga terlihat di beberapa karya SANAA. Dari beberapa karyanya, memperlihatkan karakter desain dari SANAA yang memang suka memainkan pantulan cahaya yang dihasilkan oleh material kaca. Tidak hanya itu, mereka juga sering menggunakan warna putih pada desainnya. Sehingga beberapa karya mereka terlihat elegan. Warna yang kontras pun tak pernah digunakan SANAA. Terlihat karakter bangunan yang ada pada bangunan Dior juga terdapat pada karya SANAA yang lain seperti Bangunan New Museum Contemporary Art (NMCA) yang akan dibandingkan pada tabel 9 di halaman berikut.

⁷³ Lihat pembahasan mengenai Warna dan Kesan Warna pada hal.9.

⁷⁴ Lihat pembahasan mengenai Warna dan Kesan Warna pada hal.9.

⁷⁵ Oleh N.P. Thompson pada <http://www.nwasianweekly.com>

Tabel 9. Perbandingan Bangunan Dior Dengan Bangunan New Museum Contemporary Art

| Bangunan | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|--|
|  <p data-bbox="411 633 596 667">Bangunan Dior</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki warna putih. • Adanya variasi lapisan fasade yang mempengaruhi tingkat terang cahaya yang masuk ke dalam bangunan. • Kesan garis-garis yang halus tercipta pada bangunan | <ul style="list-style-type: none"> • Massa bangunan pada Dior berbentuk trapesium, sedangkan NMCA massa bangunan terbentuk dari tumpukan beberapa kotak. • Pantulan cahaya pada fasade tidak terdapat pada NMCA. |
|  <p data-bbox="336 1028 671 1111">Bangunan New Museum Contemporary Art (NMCA)</p> | | |

Dalam mewujudkan citra *brand* pada arsitektur, peran arsitek sangat penting dalam menghasilkan suatu karya seni arsitektur yang menarik. Perusahaan memilih arsitek–arsitek ternama yang dianggap mampu menghasilkan karya untuk mewakili produknya. Sehingga, citra produk dapat terwujud dalam karya arsitektur yang memiliki karakter spesifik.

Ketiga studi kasus memiliki kesamaan dalam ketertarikan pada eksplorasi fasade untuk menghasilkan bangunan. Namun, pada kasus Prada dan Dior dihasilkan citra arsitektur yang terbentuk dari perpaduan karakter desain arsiteknya dengan citra yang dimiliki oleh produknya. Lain halnya, dengan Tod’s, karakteristik dari bangunan terbentuk didominasi oleh karakter desain dari arsiteknya. Sedangkan, citra produknya hanya terwakili pada interiornya.

Dengan demikian, citra *brand* yang diwujudkan melalui karya arsitektur tidak dapat sepenuhnya terwakili pada bangunan. Karena adanya pengaruh dari arsitek

maupun bangunan yang akhirnya membentuk karakter tambahan yang tidak ada pada produk *brand*. Karakter tambahan terbentuk dapat memberikan inspirasi perkembangan produk fesyen yang dihasilkan. Seperti pada Prada berupa pola-pola geometri yang terinspirasi dari bangunan. Begitu pula dengan Dior yang menggunakan kilauan dan elemen bintang pada bangunan untuk tema produknya. Sehingga, kehadiran bangunan dan karakter bangunan yang diterapkan pada produk itu memperkuat keberadaan citra dari produk di mata masyarakat.

Dengan demikian, perbandingan pada ketiga studi kasus dapat dipahami pada tabel 10 di halaman berikut.



Tabel 10. Perbandingan 3 Studi Kasus

| | Citra dari Brand | Karakter Desain Arsitek | B |
|-------|---|--|--|
| kyo | <ul style="list-style-type: none"> • Citra Kebebasan (gaya Bohemian) : warna kontras dan eksplorasi mode fesyen dan material produk. • Inovatif : pada penyelesaian detail yang sempurna. | <ul style="list-style-type: none"> • Pengolahan kreatif pada permukaan dan detail bangunan. • Material yang variatif dari eksplorasi pada desainnya. • Penggunaan elemen-elemen geometri. • Satu kesatuan fasade dengan atapnya yang menggunakan struktur baja. | <ul style="list-style-type: none"> • Bentuk k • Detail • cembung • ketupat p • Satu ke • menggun |
| Tokyo | <ul style="list-style-type: none"> • Citra kemewahan yang kontemporer (<i>contemporary luxury</i>) : potongan bahan kulit hingga teknik jahitan tangan terwujud perpaduan sempurna dari tradisi, kualitas, dan modernitas. | <ul style="list-style-type: none"> • Komposisi geometri massa bangunan yang tidak kaku, diwujudkan dengan penggunaan bentuk fasade yang saling silang. • Unsur ringan dan transparan diwujudkan pada penggunaan material kaca dan warna material yang cenderung ke arah putih atau gradasinya. | <ul style="list-style-type: none"> • Keteratu • yang be • teratas ba • Massa ba • Menyeru |
| Tokyo | <ul style="list-style-type: none"> • Citra kemewahan dengan efek kilauan • Elemen bintang • Warna yang senada | <ul style="list-style-type: none"> • Adanya variasi lapisan fasade yang mempengaruhi tingkat terang cahaya yang masuk ke dalam bangunan. • Kesan garis-garis yang halus tercipta pada bangunan. • Efek kilauan cahaya pada fasade bangunan. | <ul style="list-style-type: none"> • Massa tr • monumen • Warna p • sedangka • cahaya be • Elemen b • Warna ya • Adanya • mempeng • masuk ke |