



UNIVERSITAS INDONESIA

**FENOMENA PUSAT KEBUGARAN
DALAM PERKEMBANGAN KOTA**

**(STUDI KASUS : CELEBRITY FITNESS MALL PURI INDAH DAN
FITNESS FIRST MENARA BCA THAMRIN)**

SKRIPSI

**KURNIA WIJAYANTI
0405050274**

**FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM ARSITEKTUR**

**DEPOK
JUNI 2009**



UNIVERSITAS INDONESIA

**FENOMENA PUSAT KEBUGARAN
DALAM PERKEMBANGAN KOTA**

(STUDI KASUS : CELEBRITY FITNESS MALL PURI INDAH DAN
FITNESS FIRST MENARA BCA THAMRIN)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Arsitektur**

**KURNIA WIJAYANTI
0405050274**

**FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM ARSITEKTUR**

**DEPOK
JUNI 2009**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Kurnia Wijayanti

NPM : 0405050274

Tanda Tangan :

Tanggal : 26 Juni 2009

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Kurnia Wijayanti
NPM : 0405050274
Program Studi : Arsitektur
Judul Skripsi : Fenomena Pusat Kebugaran dalam Perkembangan Kota

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Toga H. Panjaitan A.A.Grad.Dipl. ()
Penguji : Yandi Andri Yatmo S.T., M.Arch., Ph.D ()
Penguji : Ir. Antony Sihombing, MPd, PhD ()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 1 Juli 2009

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan nikmat dan karuniaNya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. terselesainya penulisan skripsi ini juga tak lepas dari bantuan moril maupun materiil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Ir. Toga H. Pandjaitan A.A.Grad.Dipl. selaku dosen pembimbing skripsi.
- Yandi Andri Yatmo S.T., M.Arch., Ph.D dan Ir. Antony Sihombing, MPd, Ph.D selaku dosen penguji mata kuliah skripsi
- Dr. Ir. Hendrajaya Isnaeni M.Sc selaku dosen penanggungjawab mata kuliah skripsi.
- Ir. Evawani Ellisa M.Eng., Ph.D atas masukan yang telah diberikan selama penyelesaian skripsi ini.
- Keluarga saya: Ibu-Bapak sebagai motivator sekaligus inspirator terbesar bagi saya, Mas Wawan-Kak Ifiet-Teta yang selalu mewarnai dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi, Embah Putri di Suruh, Embah Kakung-Putri di Salatiga yang selalu mendoakan agar saya lekas menyelesaikan kuliahnya di S1, serta Yune-Pak Marta yang selalu memahami karakter saya selama di rumah.
- Manajemen Celebrity Fitness Puri, Perpustakaan FTUI, Perpustakaan Psikologi UI, dan Perpustakaan Teknik Untar, yang mengizinkan saya mengambil data serta meminjam buku untuk melengkapi tugas skripsi ini.
- Sahabat-sahabat saya di kampus: Vava, Irma, Chery, Lia terima kasih atas semua hal yang telah kita lewati bersama selama hampir empat tahun. Lia, Oho, Dilla, Tyas teman-teman dalam ber-*fitness* dan memberikan inspirasi terhadap penyusunan skripsi ini, terimakasih.
- Irma, Chery, Novi, Najjah, Cilla, Reni, Ika T sebagai teman dalam melakukan berbagai hal selama berada dikosan.

- Dewi, Chery, Channing atas masukan dan koreksinya terhadap tulisan penulis; dan teman-teman seangkatan yang mewarnai kehidupan pusjur sebagai studio semester terakhir angkatan 2005, serta para Wiradha: Lucky, Reni, Ama, Tasya, Maya, Mimi yang berbaik hati meminjamkan pusjur sebagai area mengerjakan skripsi.
- Sahabat-sahabat sepanjang zaman: Deska, Nurul, Shinta, Wiwin, Lila, Iun, Setya, Ayu di Solo; Wahyu, Dwi, Rini di Jakarta; rasanya tanpa mereka saya tak akan bisa seperti ini. Terimakasih atas semangat, dorongannya untuk terus maju, tetap bekerja keras, dan tak putus dalam doa. ☺
- Karyawan Departemen Arsitektur FTUI dan teman-teman di Arsitektur FTUI dari angkatan 2004-2007 yang tak dapat disebutkan satu-persatu, serta semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Pada kesempatan ini, saya juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang terjadi selama pengerjaan tugas skripsi, baik yang di sengaja maupun tidak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa Arsitektur FTUI.

Depok, 1 Juli 2009

Kurnia Wijayanti

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kurnia Wijayanti
NPM : 0405050274
Program Studi : Arsitektur
Departemen : Arsitektur
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas tugas akhir saya yang berjudul:

”Fenomena Pusat Kebugaran dalam Perkembangan Kota”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Juli 2009
Yang menyatakan

(Kurnia Wijayanti)

ABSTRAK

Nama : Kurnia Wijayanti
Program Studi : Arsitektur
Judul : Fenomena Pusat Kebugaran dalam Perkembangan Kota

Perkembangan kota dan fenomena gaya hidup masyarakat yang tinggal didalamnya merupakan dua hal yang saling berelasi. Gaya hidup masyarakat berubah seiring dengan perkembangan kota, dan faktor terbesar yang mempengaruhi perkembangan suatu kota adalah meningkatnya kebutuhan manusia yang tinggal didalamnya. Di kota besar seperti Jakarta, masyarakat yang pasti tetap bertahan dan mengikuti perubahan ini adalah mereka yang berada pada status sosial menengah-atas.

Bagi sebagian besar masyarakat menengah-atas di Jakarta, menjaga kebugaran merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupannya. Seiring dengan perubahan gaya hidup dan bertambahnya tuntutan pekerjaan, membuat jasa penyedia kebugaran memberikan variasi dalam fasilitas dan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat tersebut.

Aspek utama yang di lihat para perancang pusat kebugaran adalah keinginannya memberikan sentuhan berbeda terhadap bentuk-bentuk pusat kebugaran yang telah ada selama ini dan tentu disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat kelas menengah-atas yang akan menjadi targetnya. Melalui penulisan ini, pembahasan akan diarahkan pada dampak perkembangan kota serta aplikasi arsitektur post modern terhadap pusat kebugaran. Pembahasan fenomena pusat kebugaran juga di lihat dari hadirnya berbagai konsep dan segmentasi baik dari segi lokasi maupun pengunjung. Di samping itu, berbagai aspek kebutuhan masyarakat diperhatikan dengan seksama oleh perancang sehingga pusat kebugaran yang hadir di tengah kota memiliki konsep, karakteristik, maupun ornamentasi berbeda sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

Kata kunci :
Gaya hidup, perkembangan kota, pusat kebugaran

ABSTRACT

Name : Kurnia Wijayanti
Study Program : Architecture
Title : Phenomenon of Fitness Centre in the City of Development

The development of the city and the phenomenon of the life -style change of the people living inside are interconnected. People's life style changes as the city develops. The biggest factor of the development itself is derived from the increasing demand of the people's needs. In such a big city like Jakarta, the largest amount of costumers who stay this way and keep on changing is the middle-high class people.

For most of them, staying fit is separable in life. As the life style changes and the job demand increases, the provider of the fitness center offers a variety of facilities and services to meet the people's needs.

The main factor of the fitness center designed is on how to give the touch of difference on the service which is made up to meet the interests of the people. In this writing, the discussion is directed to the impacts of city development and the application of post modern that influence of fitness centre. The phenomenon of the specially-conceptualized and segmented fitness center both in term of location and costumers. On the other thing, the designers keep watching the phenomenon in order to come up with a certain and different concept, characteristics and ornaments following the interests of the segmented costumers.

Key words :
Life-style, city development, fitness centre

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penulisan	4
I.4 Metode Pembahasan	5
I.4.1 Metode pendekatan penulisan	5
I.4.2 Subjek penulisan	5
I.4.3 Lokasi Pengamatan	5
I.5 Sistematika Penulisan	6
I.6 Sistematika Pemikiran	7
BAB II TINJAUAN KEBUTUHAN MANUSIA DAN GAYA HIDUP	
MASYARAKAT KOTA	8
II.1 Kebutuhan Manusia dalam Psikologi	8
II.2 Gaya Hidup Masyarakat Kota	10
II.2.1 Pengertian Gaya Hidup	10
II.2.2 Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Gaya Hidup	10
II.2.2 Gaya Hidup sebagai Identitas Individu dalam Kelompok	11

II.2.3	Gaya Hidup dan Perilaku Masyarakat -----	11
II.3	Kebutuhan Fisik Masyarakat Kota-----	12
II.3.1	Kesehatan dan Kebugaran -----	12
II.3.1a	Kesehatan dan Gaya Hidup-----	13
II.3.1b	Stress dan Kesehatan-----	13
II.3.2	Kesenggangan (<i>Leisure</i>) -----	14
II.3.3	Interaksi (<i>Socialite</i>)-----	17
BAB III TINJAUAN PERKEMBANGAN KOTA DAN PUSAT		
KEBUGARAN -----18		
III.1	Perkembangan Kota-----	18
III.1.1	Kajian Ruang Arsitektur Kota-----	18
III.1.2	Morfologi Kota-----	19
III.2	Tinjauan Terhadap Klub Kebugaran dan Gymnasium-----	23
III.2.1	Pengertian Klub Kebugaran-----	23
III.2.2	Sejarah dan Perkembangan Klub dan Klub Kebugaran-----	24
III.2.3	Peran, Fungsi dan Fasilitas Klub Kebugaran-----	27
III.2.4	Gymnasium-----	29
III.3	Klub Kebugaran dalam Gymnasium (Pusat Kebugaran)-----	30
BAB IV STUDI KASUS DAN ANALISIS-----33		
IV.1	Celebrity Fitness Puri Mall-----	34
IV.2	Fitness First Menara BCA-----	40
IV.3	Pendekatan Psikografis-----	45
IV.4	Segmentasi Pengunjung-----	46
BAB V KESIMPULAN-----50		
Daftar Pustaka-----53		

DAFTAR ISTILAH

Eksklusif	= khusus atau terpisah dari yang lain
Fenomena	= gejala, hal-hal yang dirasakan, fakta atau kejadian
Metropolis	= kota yang menjadi pusat kegiatan tertentu, baik pemerintahan maupun industri dan perdagangan.
Metropolitan	= penduduk metropolis
Semiotik	= studi hubungan antara tanda (<i>sign</i>) dengan simbol, dan bagaimana orang memberikan arti di antara keduanya.
Psikologis	= berkenaan dengan psikologi (proses mental) atau bersifat kejiwaan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar piramida kebutuhan oleh Abraham Mashlow -----	9
Gambar 2.2	Lukisan aktifitas <i>leisure</i> dengan <i>background</i> orang-orang yang sedang berbelanja -----	16
Gambar 3.1	<i>Organik pattern</i> terjadi di Jakarta-----	18
Gambar 3.2	Denah Kawasan Puri Jakarta Barat Th 2005-----	20
Gambar 3.3	Pengembangan Kawasan Puri Th 2009-----	20
Gambar 3.4	Suasana Coffee House -----	25
Gambar 3.5	Lukisan-lukisan yang ditampilkan pada Klub The Athenaeum---	25
Gambar 3.6	Foto Country Club Concordia di Bumi Sangkuriang -----	26
Gambar 3.7	Foto salah satu fasilitas di Sawangan Golf dan Country Club ----	26
Gambar 3.8	Foto Puri Bugar di Komplek Puri Indah -----	27
Gambar 3.9	Foto Sport Club & Spa Kota Wisata di Kota Wisata Cibubur-----	27
Gambar 3.10	Foto Kelapa Gading Sport Club di Kelapa Gading Permai -----	27
Gambar 3.11	Foto Colosseum di Italia-----	29
Gambar 3.12	Foto Klub Kalapa Gading di Komplek Kelapa Gading, Jakarta---	30
Gambar 3.13	Foto Fitness First di Sudirman Place, Sentra Bisnis Sudirman----	31
Gambar 3.14	Foto Gold's Gym di MOI, Jakarta-----	31
Gambar 3.15	Foto Fitness and Spa di Hotel Ritz-Carlton Jakarta-----	31
Gambar 4.1	Entrance yang <i>sparkling</i> dengan permainan warna lampu-----	35
Gambar 4.2	Interior ruang cardio-----	35
Gambar 4.3	Foto Mall Puri Indah dari pencitraan jarak jauh. -----	36
Gambar 4.4	Posisi Celebrity Fitness dari Atas Mall Puri-----	37
Gambar 4.5	Denah Peletakan Celebrity Fitness Puri Mall-----	38
Gambar 4.6	Foto entrance Celebrity Fitness Mall Puri Indah -----	38
Gambar 4.7	View Celebrity Fitness dilihat dari denah mall Puri -----	39
Gambar 4.8	Denah Interior Celebrity Fitness Puri-----	40
Gambar 4.9	Denah Lokasi Fitness First Menara BCA-----	41
Gambar 4.10	Fitness First Platinum di dalam Menara BCA-----	42

Gambar 4.11 Denah Menara BCA, Hotel Indonesia Kempinski, Grand Indonesia-----	43
Gambar 4.12 Foto Entrance Fitness First Platinum Menara BCA-----	44
Gambar 4.13 Salah satu Fasilitas pada Fitness First -----	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Fisik Celebrity Fitness Mall Puri Indah dan Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin -----	33
Tabel 2	Fenomena ketertarikan pengunjung terhadap Celebrity Fitness Mall Puri Indah-----	47
Tabel 3	Fenomena ketertarikan pengunjung terhadap Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin-----	48
Tabel 4	Dominasi keramaian pengunjung masing-masing pusat kebugaran pada hari kerja dan hari libur-----	49

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia sejalan dengan gaya hidup dan lingkungan yang mempengaruhi kesehariannya, oleh karena itu di antara ketiganya memiliki hubungan yang tak terpisahkan. Secara psikologi, kebutuhan manusia terbagi dalam beberapa tingkatan dari yang mendasar hingga kompleks, dan Abraham Maslow (1970) menjabarkan kebutuhan tersebut dalam lima tingkat, mulai dari kebutuhan fisik sebagai kebutuhan paling dasar hingga aktualisasi diri sebagai kebutuhan tertinggi.

Gaya hidup adalah bentuk dari *frame of reference*¹ yang dipakai seseorang dalam bertindak laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu, sedangkan lingkungan yang mempengaruhinya dalam hal ini adalah kota di mana individu tersebut tinggal. Dalam konteks *frame of reference*, mengandung makna bagaimana seseorang ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* di mata orang lain, dan hal ini berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya. Dari kedua pendapat ini dapat disimpulkan bahwa konsep gaya hidup menjadi acuan penting dalam mendapatkan skema kebutuhan manusia secara lebih lanjut. Salah satu hal yang mempengaruhi antara gaya hidup dan kebutuhan manusia adalah adanya tingkatan kelas, yakni dimana seseorang masuk dalam status sosial tertentu dan memiliki kebutuhan yang sesuai dengan standar kelasnya. Kelas sosial adalah pendapatan atau daya beli, sedangkan status sosial mengarah pada prinsip-prinsip konsumsi yang berkaitan dengan gaya hidup.

¹*frame of reference* disini diartikan sebagai acuan dan batasan dalam penyusunan pola tertentu.

Pada Rencana Umum Pembangunan Sosial Budaya DKI Jakarta 1994-1995 yang disusun Departemen Sosiologi UI, stratifikasi kelas diklasifikasikan dalam lima strata, yaitu; lapisan elit, lapisan menengah, lapisan peralihan, lapisan bawah, dan lapisan terendah (Susanto, 2001). Sedangkan di Amerika Serikat, klasifikasi lapisan sosial dapat dibagi menjadi tujuh kelas, yakni: kelas Atas-Atas, Atas Bawah, Menengah Atas, kelas Menengah, kelas Pekerja, Bawah Atas, Bawah-Bawah.

Lingkungan kota, merupakan leburan dari bangunan dan penduduk yang berada didalamnya. Sebuah kota mengalami perkembangan karena terjadi peningkatan gaya hidup manusia yang menetap atau tinggal didalamnya. Maka secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa perkembangan suatu kota dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup akibat peningkatan kebutuhan masyarakat yang tinggal di dalamnya.

Pada kota metropolis seperti Jakarta, dengan tingkat komersialisasi yang tinggi, maka masyarakat yang dipastikan terus bertahan dan menikmati setiap elemen pemenuhan kebutuhan yang ditawarkan adalah masyarakat kelas menengah-atas dengan kebutuhan tertinggi pada keinginannya untuk mengaktualisasikan diri.

Dalam teori Maslow (Abraham Maslow, 1970), kebutuhan seperti ini terkait dengan konsep diri (*self actualization concept*) karena masyarakat dengan kelas menengah-atas ini, menganggap produk-produk dalam konsep diri dapat membantu mengekspresikan citra tertentu yang ingin dipancarkan. Citra tersebut dapat merefleksikan citra diri secara aktual (*actual self*) yang menggambarkan kepribadiannya yang sesungguhnya (*the real me*), maupun citra diri ideal (*the ideal self*) yang menggambarkan keinginan pribadi untuk berada dalam satu lingkungan tertentu yang sesuai dengan kelasnya (*the person I'd like to be*).

Dan di kota besar seperti Jakarta, kehidupan manusia yang termasuk dalam status sosial menengah-atas dengan kepemilikan konsep aktualisasi diri, biasanya juga memiliki tingkat aktifitas dan kepenatan yang cukup tinggi. Maka untuk itu dibutuhkanlah aktifitas penyegaran (*refreshing*) dengan tujuan utamanya untuk menjaga kesehatan dan mempertahankan kebugaran tubuh.

I.2 Perumusan Masalah

Dalam lingkup penyediaan aktifitas kebugaran yang sesuai dengan perkembangan kota, terjadi tiga hubungan yang tak terpisahkan antara pengusaha sebagai penyedia ruang aktifitas, perancang sebagai pencipta gaya hidup, dan konsumen yang membutuhkan kepuasan terhadap sebuah aktifitas kebugaran.

Untuk dapat merencanakan dan merancang sebuah pusat kebugaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut, maka diperlukan pemahaman disertai penerapan konsep yang matang terhadap gaya hidup masyarakat, serta tren atau hal-hal yang sedang dan akan diminati masyarakat khususnya di lingkungan Jakarta.

Dari latar belakang dan perumusan masalah di atas, penulis mengangkat dua topik permasalahan yang akan diperdalam pada penulisan skripsi ini, pertama mengenai fenomena atau gejala kehadiran pusat kebugaran pada bangunan komersial ditinjau dari gaya hidup masyarakat dan perkembangan kota khususnya di Jakarta. Dan yang kedua mengenai peran arsitektur dalam perkembangan pusat kebugaran di tengah kota besar seperti Jakarta, dalam hal ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang tinggal didalamnya.

I.3 Tujuan penulisan

Penulisan ini bertujuan membuka wawasan baru terhadap dunia arsitektur khususnya perkembangan pusat kebugaran di lingkungan kota. Hal-hal yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah perolehan gambaran jelas mengenai fenomena hadirnya pusat kebugaran pada bangunan komersial yang ditinjau dari gaya hidup dan perkembangan kota.

Dalam kajiannya mengenai gaya hidup masyarakat kota, Amos Rapoport (1990) berpendapat bahwa adanya kajian gaya hidup masyarakat merupakan cara termudah untuk merencanakan dan merancang suatu lingkungan. Hal ini disebabkan karena gaya hidup mampu menerangkan bagaimana seseorang beraktivitas, memiliki minat, serta memiliki kemampuan dalam beropini terhadap sesuatu. Dari pendapat ini, menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup secara tidak langsung akan menuntut pengelola dan pengembang untuk menangkap kecenderungan yang ada di masyarakat dan menerjemahkannya ke dalam bentuk pelayanan yang diinginkan, dan salah satunya adalah fenomena kehadiran ruang kebugaran di tengah kota besar yang mengakomodasi kebutuhan dan gaya hidup penggunanya.

Dalam karya tulis ini, akan ditinjau pula hubungan antara kebutuhan manusia yang mencakup unsur psikologis dan sosial dengan gaya hidup masyarakatnya, khususnya kelas menengah-atas. Kedua hal tersebut kemudian dikaitkan dengan kajian mengenai perkembangan kota, sehingga tercipta tempat kebugaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yakni yang tidak hanya mengakomodasi unsur kesehatan, tetapi juga kesenggangan (*leisure*) dan interaksi (*socialite*). Dan dari kajian ini, diharapkan tujuan utama penulisan skripsi dapat tercapai, yakni fenomena apa yang terjadi sehingga tumbuh adanya pusat kebugaran pada bangunan komersial seperti di kota Jakarta.

I.4 Metode Pembahasan

I.4.1 Metode pendekatan penulisan

Metode penulisan yang digunakan untuk menjawab permasalahan ini berupa kajian literatur yang berhubungan dengan psikologi manusia, perkembangan kota dan arsitektur. Dalam lingkup psikologi, metode pembahasan diarahkan pada kajian-kajian literatur tentang kebutuhan manusia dan gaya hidup masyarakat kota. Kemudian dalam arsitektur, metode pembahasan diarahkan pada kajian literatur tentang perkembangan kota, dan perkembangan pusat kebugaran. Kajian-kajian literatur tersebut diperoleh dari buku referensi, makalah, penulisan ilmiah, ensiklopedia, majalah, surat kabar, maupun internet sebagai sumber data sekunder.

I.4.2 Subjek penulisan

Oleh karena bahasan utama yang diangkat mengenai fenomena pusat kebugaran, maka sebagai sumber data primer subjek utama penulisan dilakukan secara kualitatif, yakni melalui studi lapangan berupa pengamatan langsung ke lokasi studi kasus dan wawancara. Dari cara ini penulis kemudian mengamati dan menganalisis konsep serta konteks ruang yang digunakan pada masing-masing pusat kebugaran, dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang diperlukan sebagai bahan menganalisis fenomena pusat kebugaran dalam perkembangan ruang arsitektur kota.

I.4.3 Lokasi Pengamatan

Pengamatan akan difokuskan pada dua pusat kebugaran yang terletak pada bangunan komersial Jakarta yang memiliki konteks lahan dan segmentasi yang berbeda. Pusat kebugaran yang dipilih merupakan pusat kebugaran yang memperhatikan arah perkembangan arsitektur kota dan mengusung tema gaya hidup masyarakat pada tingkat kelas tertentu dengan tingkatan kebutuhan semakin kompleks. Lokasi pusat kebugaran sengaja dipilih yang berada tengah kota Jakarta, karena unsur-unsur pemenuhan gaya hidup masyarakat yang mewakili kelas tersebut tersedia disini.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab, dan tersusun sebagai berikut:

I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang dari topik penulisan skripsi, permasalahan, tujuan penulisan, metode yang digunakan, serta sistematika penulisan.

II Tinjauan Kebutuhan Manusia dan Gaya Hidup Masyarakat Kota

Bab ini berisi tinjauan literatur mengenai kebutuhan manusia dalam psikologi, dan gaya hidup masyarakat kota. Pembahasan dititikberatkan pada gaya hidup masyarakat kota pada tingkatan kelas menengah-atas yang didalamnya membutuhkan beberapa aktifitas, seperti: kebugaran, kesengangan, dan interaksi, serta kaitan antara kebutuhan masyarakat dengan gaya hidupnya.

III Tinjauan Perkembangan Kota dan Pusat Kebugaran

Bab ini berisi kajian mengenai perkembangan kota ditinjau dari ruang arsitektur dan morfologi kota, serta pembahasan mengenai perkembangan pusat kebugaran di masa modern. Konsep terciptanya pusat kebugaran dibahas mulai dari sejarah berdirinya klub, klub kebugaran, *gymnasium*, hingga terbentuk klub kebugaran dalam *gymnasium* atau yang sering disebut pusat kebugaran (*fitness centre*)

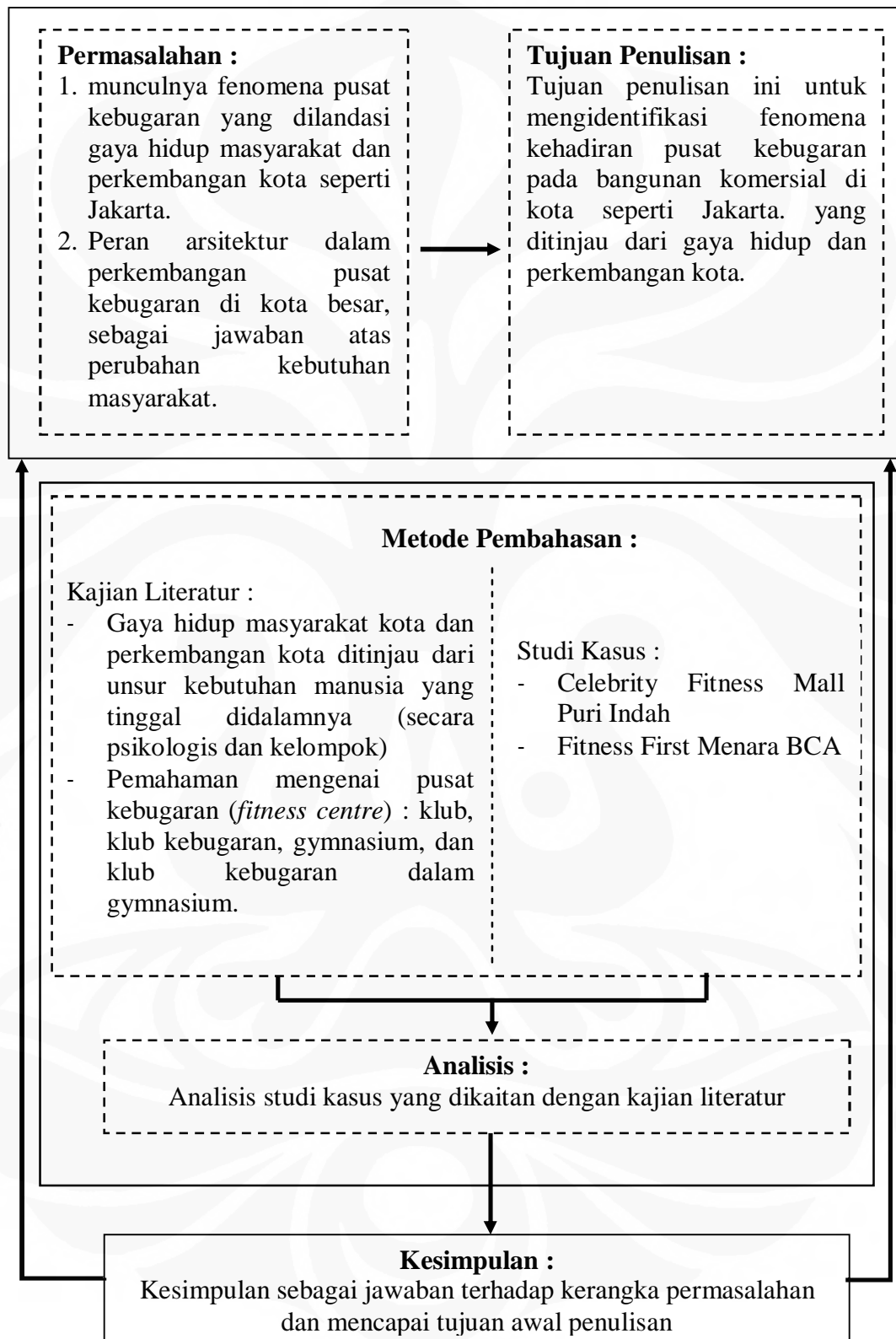
IV Studi Kasus dan Analisis

Bab ini berisi penjelasan dua studi kasus ditinjau dari konteks lokasi, deskripsi dan fenomena yang terjadi pada masing-masing pusat kebugaran tersebut. Kemudian analisis diarahkan pada konsep dan konteks studi kasus yang berhubungan dengan kajian literature pada bab sebelumnya.

V Kesimpulan

Bab ini merupakan hasil pemikiran akhir dari seluruh bab yang sekaligus menjawab pertanyaan dari masalah utama pada penulisan skripsi ini.

I.4.5 Sistematika Pemikiran



BAB II

TINJAUAN KEBUTUHAN MANUSIA DAN GAYA HIDUP MASYARAKAT KOTA

Bab ini membahas hubungan antara kebutuhan manusia dari sisi psikologi, dan gaya hidup masyarakat. Manusia sebagai makhluk individu dan sosial memiliki beragam kebutuhan, baik untuk mempertahankan hidup maupun menjaga eksistensi diri pada lingkungannya. Tingkat kebutuhan manusia sangat tergantung pada kondisi lingkungan dan gaya hidup dimana mereka tinggal. Dan rangkaian pembahasan ini akan diurutkan mulai dari kajian mengenai kebutuhan manusia pada kelas masyarakat tertentu dan gaya hidup yang melingkupinya.

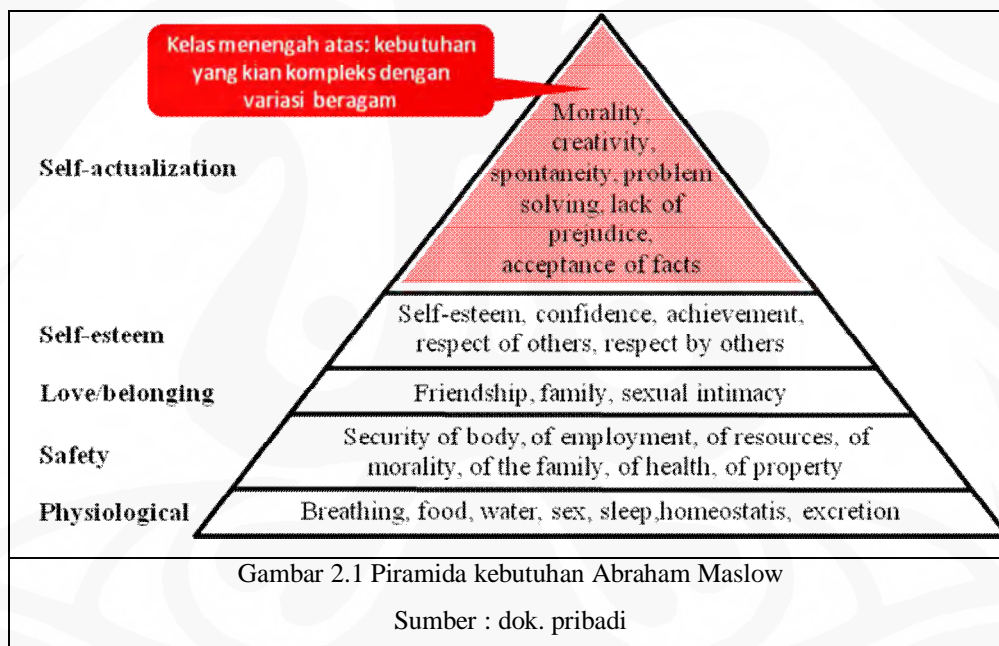
II.1 Kebutuhan Manusia dalam Psikologi

Dalam kehidupannya, manusia memiliki beragam kebutuhan, dari yang mendasar hingga kompleks dan Abraham Maslow (1970) membagi kebutuhan tersebut dimulai dari; tingkat pertama yakni kebutuhan fisik (*physiological needs*), meliputi kebutuhan akan makan dan minum; tingkat kedua yakni kebutuhan akan rasa aman (*safety and security needs*), meliputi naungan atau keselamatan; tingkat ketiga yakni kebutuhan sosial (*social needs*) terdiri dari kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain seperti memiliki teman, keluarga, dan komunitas; tingkat keempat terdapat kebutuhan akan kepuasan diri (*self esteem*), yang meliputi keinginan untuk memperoleh kesuksesan, penguasaan, pengakuan ataupun penghargaan; dan tingkat tertinggi yakni kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri (*self actualization needs*) seperti mengejar bakat, kreatifitas, atau menyelesaikan tugas.

Sebagai makhluk individu, terdapat pola tingkah laku manusia yang tidak hanya berdasarkan naluri, karena dengan akal pikirannya manusia memiliki kemampuan untuk mengembangkan potensi-potensi diri, sehingga mampu menunjukkan eksistensi dirinya.

Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kebutuhan dan kebergantungan dengan sesamanya baik dalam konteks fisik maupun sosial budaya. Secara harafiah, sejak lahir manusia tidak dapat menggantungkan dirinya sendiri untuk bertahan hidup. Dari sini menunjukkan bahwa manusia perlu berhubungan dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kebutuhan psikologi manusia pada tingkatan kelas menengah atas (telah dijabarkan pada bab pendahuluan) memiliki kebutuhan paling komplek dan mencapai puncak tertinggi yakni berupa kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Kebutuhan manusia yang seperti ini adalah terkait dengan konsep diri (*self actualization concept*) karena masyarakat seperti ini menganggap produk-produk dalam konsep diri dapat membantu mengekspresikan citra tertentu yang ingin dipancarkan.



II.2 Gaya Hidup Masyarakat Kota

Kebutuhan manusia dan gaya hidup masyarakat merupakan dua hal yang saling berkaitan. Gaya hidup masyarakat merupakan pola perilaku sehari-hari yang terbentuk akibat perubahan kebutuhan manusia, dan perubahan kebutuhan setiap manusia juga terpengaruh oleh perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakatnya (Sarafino, 1990, p. 24).

II.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Henry Assael dalam bukunya *Marketing: Principle and Strategy*, menuliskan pengertian gaya hidup sebagai berikut:

“A lifestyle is broadly defined as a mode of living that is identified by how people spend their time (activities); what they consider important in their environment (interest); and what they think of themselves and the world around them (opinions)” (Assael, 1992, p. 294).

Dari penjabaran ini dapat di lihat bahwa gaya hidup adalah kecenderungan seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dapat diekspresikan dengan beragam cara. Suatu hal yang dapat digunakan untuk mengukur gaya hidup seseorang adalah seberapa besar aktivitas (waktu dan uang), minat (keinginan dan kecenderungan sebagai prioritas yang ingin ditekuni), dan opininya (yang dipikirkan tentang diri dan sekelilingnya) untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Secara sadar ataupun tidak, maka di dalam unsur gaya hidup tercakup nilai-nilai, kebiasaan, dan hubungan dengan orang lain sehingga akan mengikuti suatu pola tingkah laku tertentu.

II.2.1 Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya gaya hidup, antara lain: usia, jenis pekerjaan, status perkawinan, pendidikan, dan pendapatan. Menurut Hawkins, Best dan Coney (1995) perkembangan gaya hidup dipengaruhi dua faktor, eksternal dan internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup, antara lain: budaya, subkebudayaan, nilai, demografi, status sosial, kelompok referensi, dan rumah tangga. Sedangkan faktor internalnya adalah persepsi, belajar dan ingatan, motif, kepribadian dan emosi, serta sikap.

UNIVERSITAS INDONESIA

II.2.2 Gaya Hidup sebagai Identitas Individu dalam Kelompok

Posisi seseorang dalam masyarakat dapat dilihat dari gaya hidupnya. Solomon menyatakan *“lifestyle is more than the allocation of discretionary income. It is a statement about who one is in society and who one is not”*. (Solomon, 1999, p. 175)

Pernyataan ini diperkuat dalam tulisan Susanto (2001) yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang ditentukan oleh keinginan orang tersebut untuk memproyeksikan citra dirinya sebagai anggota kelompok tertentu ke masyarakat atau sebaliknya, ditentukan tuntutan masyarakat terhadap cara orang tersebut menentukan citra dirinya sebagai anggota kelompok tertentu. Sebagai contoh, seorang pria metroseksual gaya hidupnya identik dengan kebugaran, perawatan tubuh, dan penampilan, cara bergaul, berekreasi, dan tempat-tempat makan yang dipilihnya. Lewat gaya hidup tertentu, pria metroseksual itu mencoba menunjukkan kepada masyarakat bahwa ia adalah bagian dari kelompok “pria bergengsi” yang gaya hidupnya modern dan elegan.

II.2.3 Gaya Hidup dan Perilaku Masyarakat

Pada dasarnya gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Orang akan cenderung memilih, produk, jasa, dan aktivitas tertentu karena produk, jasa, dan aktivitas tersebut diasosiasikan dengan gaya hidup tertentu. Misalnya orang-orang yang berorientasi pada karir akan memilih pakaian, buku, majalah, komputer, dan barang-barang lainnya yang berbeda dengan mereka yang berorientasi pada keluarga.

Hawkins, Best, dan Coney (1995) memandang gaya hidup sebagai pusat dari proses konsumsi. Gaya hidup yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti emosi, kepribadian, motivasi, persepsi, pembelajaran, budaya, nilai, demografi, status sosial, dan kelompok referensi berhubungan dengan kebutuhan atau sikap yang akan menentukan proses-proses konsumsi dalam situasi-situasi yang dihadapi konsumen (pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi dan seleksi, pemilihan tempat dan pembelajaran, serta proses-proses setelah pembelian atau transaksi terjadi).

UNIVERSITAS INDONESIA

II.3 Kebutuhan Fisik Masyarakat Kota

Faktor pemenuhan kebutuhan fisik bagi masyarakat yang tinggal di lingkungan perkotaan bervariasi, hal ini timbul karena masing-masing individu memiliki gaya hidup yang berbeda-beda dan diharapkan memiliki kemampuan untuk dapat beradaptasi dengan perilaku masyarakat yang lebih kompleks.

Secara umum, masyarakat dipertanian memiliki kebutuhan fisik yang berguna untuk menjaga keseimbangan hidupnya, yakni: kesehatan, kebugaran, kesengangan, dan interaksi.

II.3.1 Kesehatan dan Kebugaran

Dalam psikologi, kebugaran adalah gabungan antara olahraga dan aktivitas yang dilakukan di tempat olahraga atau pusat olah raga atau di rumah. Tujuan akhir latihan kebugaran adalah untuk:

- keadaan tubuh yang baik secara menyeluruh;
- pembakaran lemak dan kelangsingan (spinning, aerobik, kebugaran jantung dll.);
- pertumbuhan tubuh (hipertrofi) atau bertambah kuatnya otot (binaraga)⁵.

Kesehatan atau *health* berasal dari kata *wholeness* yang mirip dengan bahasa Anglo saxon, yakni *whole, hale, and holy* (Sheridan, 1992). Konsep kesehatan merupakan dimensi yang menyeluruh, akibat dari interaksi kompleks diantara biologis, psikis, dan sosial.

Dalam organisasi kesehatan dunia (WHO), kesehatan didefinisikan sebagai: “*A state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or firmity.*” (Sheridan, 1992). Menurut definisi tersebut, maka kesehatan bukan hanya aspek fisik, tetapi juga mental dan sosial.

Menurut Sheridan (1992), beberapa faktor yang mempengaruhi kesehatan manusia, antara lain:

- Biologis: meliputi genetik dan kondisi fisik
- Psikologis: meliputi gaya hidup, tekanan, stabilitas emosional
- Sosial: efektivitas sosial

- Sosiodemografi: keamanan lingkungan, usia, jenis kelamin, pendidikan, penghasilan, suku bangsa

Dan yang dibahas disini mengenai dampak psikologis akibat faktor gaya hidup atau pola perilaku sehari-hari dan stress/tekanan yang tidak hanya mempengaruhi fisiologis dan biologis, tetapi juga kesehatan mental maupun aktifitas dan hubungan sosialnya.

II.3.1a Kesehatan dan Gaya Hidup

Kaitan antara kesehatan dan gaya hidup dapat kita lihat dengan adanya beberapa pola perilaku individu yang beresiko mendatangkan penyakit atau membuat tubuh berada dalam kondisi tidak sehat. Seperti: bekerja terlalu keras hingga melupakan istirahat, kebiasaan ini memang tidak secara langsung menyebabkan penyakit, tetapi berkaitan erat dengan munculnya problem kesehatan. Seperti dalam kutipan Sarafino: *'a risk factor is associated with a health problem – it does not necessarily cause the problem'* (Sarafino, 1990). Dari pengertian-pengertian diatas kita dapat menyimpulkan bahwa gaya hidup dan kesehatan merupakan perilaku yang ditampilkan individu sehari-hari yang berhubungan dengan usaha meraih kondisi yang optimal.

II.3.1b Stress dan Kesehatan

Istilah stress sering diartikan dengan tekanan (*pressure*) dan ketegangan (*tension* atau *strain*). Bart Smet (1994) berpendapat mengenai stress bahwa ketika organisme merasakan adanya suatu ancaman, maka secara cepat tubuh akan terangsang dan termotivasi melalui sistem syaraf simpatetik dan endokrin, sehingga respon fisiologis mendorong organisme untuk menyerang ancaman tersebut atau melarikan diri.

Melalui tiga pendekatan diatas dapat dilihat bahwa peranan sumberdaya atau kemampuan individu menjadi sangat penting dalam upaya beradaptasi terhadap stres. Upaya individu dalam mengatasi stres sangat bergantung pada tuntutan yang dihadapi dan sumberdaya yang dimiliki untuk menghadapi tuntutan

tersebut. Perubahan hidup berupa tuntutan-tuntutan hidup yang dihadapi manusia terutama diperguruan cenderung beragam. Berikut ini jenis-jenis tuntutan yang dihadapi dan sumberdaya yang dimiliki untuk menghadapi tuntutan hidup:

1. Tuntutan yang dihadapi khususnya diperguruan: problem pekerjaan, kondisi lingkungan yang kurang nyaman, problem pertemanan, kesulitan keuangan, problem kesehatan turunan, perasaan inferior, perkawinan tidak bahagia, status sosial yang rendah, kondisi hidup yang tidak nyaman.
2. Sumber daya yang dimiliki untuk menghadapi tuntutan hidup: percaya diri, keinginan untuk terus maju, teman dekat, penghasilan besar, kebugaran fisik,
3. Status sosial yang memuaskan, perkawinan bahagia, kesehatan mental, kompetensi yang kuat, pekerjaan yang memuaskan, kondisi hidup yang memuaskan.

Kemampuan individu dalam mengelola stress akan mempengaruhi penyesuaian dirinya terhadap berbagai tekanan dan ini berdampak terhadap kesehatan fisik. Bila seseorang berhasil mengelola stress maka kesehatan fisiknya tidak akan terpengaruh, tetapi bila ia tidak berhasil mengatasi stress maka kesehatan fisiknya dapat terpengaruh. Untuk mengatasi stress inilah maka di butuhkan penyegaran, tentunya yang berhubungan dengan penyegaran fisik.

II.3.2 Kesenggangan (*Leisure*)

Asal kata *leisure* berasal dari bahasa Latin, *licere* yang berarti “to be permitted” atau “to be free”. Dalam bahasa Indonesia, *leisure* berarti waktu luang, dimana seseorang terlepas dari segala tekanan, dan dapat memilih sesuai dengan kehendaknya sendiri untuk melakukan aktifitasnya (*leisure activities*). Aktifitas-aktifitas *leisure* dapat berupa istirahat, menghibur diri, menyegarkan diri, menambah pengetahuan, atau sekedar mencari suasana nyaman. Dalam kamus wikipedia, pengertian *leisure* dijabarkan sebagai waktu bebas atau seringkali dikatakan sebagai waktu senggang, yakni waktu di luar waktu kerja maupun waktu di dalam aktivitas kehidupan domestik atau tempat tinggal.

Faktor yang mempengaruhi pemilihan aktivitas kesenggangan diantaranya adalah faktor gaya hidup dan demografis. Setiap individu memiliki pilihan dalam aktivitas kesenggangan yang disesuaikan dengan gaya hidupnya masing-masing,

UNIVERSITAS INDONESIA

dan adanya faktor demografis seperti status sosial dan ekonomi secara tidak langsung juga mempengaruhi pilihan dalam memanfaatkan waktu senggang. Disini kesenggangan dijabarkan sebagai saat dimana individu melakukan aktivitas atau hal-hal yang diinginkannya. Biasanya aktivitas tersebut dilakukan pada saat individu bebas dari pekerjaan atau kewajiban rutin lainnya, sehingga semakin tinggi rutinitas pekerjaan individu maka semakin besar kebutuhannya dalam menggunakan aktivitas *leisure*. Orientasi dari aktivitas ini sendiri adalah untuk mendapat kesenangan (*pleasure*) dan kepuasan.

Aktivitas *leisure* dibedakan menjadi 2 tipe (Taulu, 1993, p. 24):

- Liburan aktif (*active leisure*)
Liburan aktif merupakan kegiatan yang melibatkan tenaga, baik fisik maupun mental. Energi yang keluar disesuaikan dengan intensitas individu dalam beraktivitas, semakin besar aktivitas yang menggunakan tenaga dan pikiran maka semakin banyak energi yang keluar. Dewasa ini, beberapa liburan aktif seringkali lebih banyak melibatkan aktivitas mental daripada fisik, seperti bermain piano, catur, atau melukis, adapun orang-orang yang menggemari kegiatan ini lebih sering mengartikannya sebagai rekreasi yang produktif.
- Liburan pasif (*passive leisure*)
Liburan pasif merupakan kegiatan dimana seseorang tidak menggunakan energinya baik fisik maupun mental secara signifikan. Kegiatan ini seperti nonton bioskop, menonton televisi, atau mendengarkan radio. Liburan pasif ini lebih banyak diminati orang dibanding liburan aktif, karena kegiatan-kegiatan pasif seperti ini merupakan cara yang mudah untuk bersantai.

Aktivitas *leisure* memiliki manfaat, antara lain; dampaknya bagi fisik, yakni kebugaran dan kesehatan diri; untuk psikologis, berupa ekspresi diri, peningkatan konsep diri, kompetisi, kepuasan, dan relaksasi; sedangkan dampaknya bagi sosial, yaitu pengembangan hubungan dan kesempatan untuk mengembangkan hubungan baru.



Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lely Pingkan (1993), aktifitas yang dapat dikatakan sebagai *leisure* apabila memenuhi dua persyaratan, yakni merupakan pilihan individu (prinsip kebebasan individu) dan aktifitas tersebut bermanfaat bagi individunya (hasilnya membuat individu merasa lebih rileks).

Lely Pingkan menjelaskan bahwa aktifitas *leisure* dapat dibagi dalam empat kelompok kegiatan, yaitu:

a. Aktivitas yang berorientasi intelektual

Aktivitas intelektual meliputi berbagai aktivitas mental, seperti belajar (*learning*), menciptakan sesuatu (*creating*), menemukan sesuatu (*discovering*), berimajinasi (*imaginating*) dan lain-lain.

b. Aktivitas yang berorientasi sosial

Aktivitas sosial seperti membina hubungan interpersonal dan mempererat hubungan dengan teman, keluarga atau lingkungan individu

c. Aktivitas yang berorientasi kompetisi fisik

Aktivitas kompetisi fisik merupakan berbagai aktivitas fisik atau olahraga yang dilakukan untuk meningkatkan kebugaran jasmani, menguji ketrampilan, dan meningkatkan kemampuan serta ketrampilan fisik.

d. Aktivitas yang berorientasi relaksasi

Aktivitas relaksasi merupakan istirahat dengan cara menghindari suasana sibuk atau ramai. Tujuannya untuk mencari ketenangan, melepaskan ketegangan, kepenatan, dan *stress*.

Seluruh faktor diatas bertujuan untuk menjelaskan bahwa masyarakat urban yang sarat aktivitas dan rutinitas juga membutuhkan ruang kebugaran publik yang sekaligus sebagai aktivitas *leisure*/kesenggangannya.

II.3.3 Interaksi (*Socialite*)

Menurut kamus wikipedia interaksi diartikan sebagai suatu jenis tindakan atau [aksi](#) yang terjadi sewaktu dua atau lebih objek mempengaruhi atau memiliki [efek](#) satu sama lain. Pengertian tersebut senada dengan pengertian interaksi yang ditulis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dimana interaksi diartikan sebagai dua hal atau lebih yang saling melakukan aksi atau saling berhubungan, sedangkan interaksi sosial diartikan sebagai hubungan sosial yang dinamis antara orang perseorangan dengan orang perseorangan, atau antara perseorangan dengan kelompok, atau antara kelompok dengan kelompok.

Dalam bahasan mengenai kebutuhan manusia dan gaya hidup terlihat adanya hubungan saling mempengaruhi dan berkesinambungan antara keduanya. Masyarakat pada lingkungan kota memiliki konsentrasi dan rutinitas yang kompleks sehingga menimbulkan dampak-dampak psikologis seperti tekanan, dan masalah kesehatan fisik akibat kurangnya pemenuhan akan kebugaran bagi tubuh. Kemudian kebutuhan yang timbul untuk menyeimbangkan keduanya adalah ketersediaan aktifitas yang mampu menampung kebutuhan-kebutuhan untuk penyegaran seperti olah raga, kesenggangan dan interaksi yang berguna dan sesuai dengan kebutuhan manusia tersebut.

Pemenuhan aktifitas disini tak terlepas dari unsur perkembangan kota dimana mereka tinggal, sehingga pada bab selanjutnya akan dijelaskan mengenai unsur dan dampak dari perkembangan kota mempengaruhi gaya hidup manusia yang menetap didalamnya, yakni munculnya fenomena pusat kebugaran.

BAB III

TINJAUAN PERKEMBANGAN KOTA DAN PUSAT KEBUGARAN

III.1 Perkembangan Kota

III.1.1 Kajian Ruang Arsitektur Kota

Kota merupakan leburan antara bangunan dan penduduk, dan bentuk kota ada dua macam yaitu geometri dan organik (Alexander, 1987). Bentuk perkotaan yang didasarkan pada bentuk geometri kota yaitu *planned* dan *unplanned*. Bentuk *planned* (terencana) dapat dijumpai pada kota-kota di Eropa abad pertengahan dengan pengaturan kota yang selalu regular dan rancangan bentuk geometrik. Sedangkan bentuk *unplanned* (tidak terencana) banyak terjadi pada kota-kota



metropolitan, dimana satu segmen kota berkembang secara spontan dengan bermacam-macam kepentingan yang saling mengisi, sehingga akhirnya kota akan memiliki bentuk semauanya yang kemudian disebut dengan *organic pattern*. Bentuk kota organik cenderung secara spontan, tidak terencana dan memiliki pola yang tidak teratur dan

non geometrik.

Menurut Christopher Alexander (1987) elemen-elemen pembentuk ruang kota organik dianalogikan secara biologis seperti organ tubuh manusia, yaitu :

- *Square, open space* sebagai paru-paru
- *Centre*, pusat kota sebagai jantung yang memompa darah (*traffic*).
- Jaringan jalan sebagai saluran arteri darah dalam tubuh.
- Kegiatan ekonomi kota sebagai sel yang berfikir.

- Bank, pelabuhan, kawasan industri sebagai jaringan khusus dalam tubuh.
- Unsur kapital (keuangan dan bangunan) sebagai energi yang mengalir ke seluruh sistem perkotaan.

Dalam suatu kota organik, terjadi saling ketergantungan antara lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Contohnya : jalan-jalan dan lorong-lorong menjadi ruang komunal dan ruang publik yang tidak teratur tetapi menunjukkan adanya kontak sosial dan saling menyesuaikan diri antara penduduk asli dan pendatang antara kepentingan individu dan kepentingan umum. Perubahan demi perubahan fisik dan non fisik (sosial) terjadi secara spontan. Apabila salah satu elemennya terganggu maka seluruh lingkungan akan terganggu juga, sehingga akan mencari keseimbangan baru. Demikian ini terjadi secara berulang-ulang.

III.1.2 Morfologi Kota

Menurut Gallion dalam buku *The Urban Pattern* (Eisner and Gallion, 1992), menyebutkan bahwa perubahan suatu kawasan dan sebagian kota dipengaruhi letak geografis suatu kota. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perubahan akibat pertumbuhan daerah di kota tersebut, misalkan apabila terletak di daerah pantai yang landai, pada jaringan transportasi dan jaringan hubungan antar kota, maka kota akan cepat tumbuh sehingga beberapa elemen kawasan kota akan cepat berubah.

Dalam proses perubahan yang menimbulkan distorsi (mengingat skala perubahan cukup besar) dalam lingkungan yang termasuk didalamnya perubahan penggunaan lahan secara organik, terdapat beberapa hal yang bisa diamati, seperti:

- Pertumbuhan terjadi satu demi satu, sedikit demi sedikit atau terus menerus
- Pertumbuhan yang terjadi tidak dapat diduga dan tidak dapat diketahui kapan dimulai dan kapan akan berakhir, hal ini tergantung dari kekuatan-kekuatan yang melatarbelakanginya
- Proses perubahan lahan yang terjadi bukan merupakan proses segmental yang berlangsung tahap demi tahap, tetapi merupakan proses yang komprehensif dan berkesinambungan

- Perubahan yang terjadi mempunyai kaitan erat dengan emosional (sistem nilai) yang ada dalam populasi pendukung
- Faktor-faktor penyebab perubahan lainnya adalah *vision* (kesan), optimalnya kawasan, penataan yang maksimal pada kawasan dengan fungsi-fungsi yang mendukung, penggunaan struktur yang sesuai pada bangunan serta komposisi tapak pada kawasan (Alexander, 1987).



Amos Rapoport (1990), menyatakan bahwa perkembangan kota sebagai bentuk karya arsitektur merupakan salah satu refleksi dan perwujudan kehidupan dasar masyarakat menurut makna yang dapat dikomunikasikan. Keceragaman dan keberagaman sebagai ungkapan perwujudan fisik yang terbentuk yaitu citra dalam arti identitas akan memberikan makna sebagai pembentuk citra suatu tempat (*place*).

Ada dua komponen struktural yang dapat dikaji dalam pola perkembangan kota, antara lain :

1. Tipologi, yakni menyangkut tatanan sosial (*sosial order*) dan pengorganisasian ruang (*spatial organization*) yang dalam hal ini menyangkut ruang (*space*) berkaitan dengan tempat yang abstrak, dan
2. Morfologi, yakni menyangkut kualitas spasial figural dan konteks wujud pembentuk ruang yang dapat dibaca melalui pola, hirarki, dan hubungan ruang satu dengan yang lainnya.

Tipologi lebih menekankan pada konsep dan konsistensi yang dapat memudahkan masyarakat mengenai bagian-bagian arsitektur. Sedangkan morfologi lebih menekankan pada pembahasan bentuk geometris, sehingga untuk memberi makna pada ungkapan ruang harus dikaitkan dengan nilai ruang tertentu. Nilai ruang disini sangat berkaitan dengan organisasi ruang, hubungan ruang dan bentuk ruang, perwujudan spasial fisik yang merupakan produk kolektif perilaku budaya masyarakat serta pengaruh dan kekuasaan tertentu yang melatarbelakanginya.

Karakteristik suatu tempat, dalam hal ini penggunaan suatu lingkungan binaan tertentu bukan hanya sekedar mewadahi kegiatan fungsional secara statis, melainkan menyerap dan menghasilkan makna berbagai kekhasan suatu tempat antara lain setting fisik bangunan, komposisi dan konfigurasi bangunan dengan ruang publik serta kehidupan masyarakat setempat.

a. Bentuk dan Massa Bangunan

Menyangkut aspek-aspek bentuk fisik karena *setting*, spesifik yang meliputi ketinggian, besaran, floor area ratio, koefisien dasar bangunan, pemunduran (*setback*) dari garis jalan, *style* bangunan, skala proporsi, bahan, tekstur dan warna agar menghasilkan bangunan yang berhubungan secara harmonis dengan bangunan-bangunan lain disekitarnya.

b. Sirkulasi

Elemen sirkulasi adalah satu aspek yang kuat dalam membentuk struktur lingkungan perkotaan.

c. *Activity Support*

Muncul oleh adanya keterkaitan antara fasilitas ruang-ruang umum kota dengan seluruh kegiatan yang menyangkut penggunaan ruang kota yang menunjang akan keberadaan ruang-ruang umum kota. Kegiatan-kegiatan dan ruang-ruang umum bersifat saling mengisi dan melengkapi. Pada dasarnya *activity support* adalah :

- Aktifitas yang mengarahkan pada kepentingan pergerakan (*importment of movement*).
- Kehidupan kota dan kegembiraan (*excitent*).

Keberadaan aktifitas pendukung tidak lepas dari tumbuhnya fungsi-fungsi kegiatan publik yang mendominasi penggunaan bangunan komersial kota, semakin dekat dengan pusat kota makin tinggi intensitas dan eksklusivitas fungsinya.

d. Simbol dan tanda

Ukuran dan kualitas dari papan reklame diatur untuk :

- Menciptakan kesesuaian.
- Mengurangi dampak negatif visual.
- Dalam waktu bersamaan menghilangkan kebingungan serta persaingan dengan tanda lalu lintas atau tanda umum yang penting.
- Tanda yang didesain dengan baik menyumbangkan karakter pada *fasade* suatu ruang dapat memberikan informasi bisnis.

Perubahan morfologi misalnya pada sebuah bangunan komersial dengan fungsi variasi (*mix use building*) tidak lepas dari pendukung kegiatan (*activity support*) karena adanya keterkaitan antara fasilitas ruang-ruang umum kawasan dengan seluruh kegiatan yang menyangkut penggunaan ruang yang menunjang keberadaan ruang-ruang umum. Kegiatan dan ruang-ruang umum seperti ruang kebugaran atau restoran merupakan hal yang saling mengisi dan melengkapi, keberadaan pendukung kegiatan mulai muncul dan tumbuh, bila berada diantara dua kutub kegiatan yang ada di kawasan tersebut keberadaan pendukung kegiatan tidak lepas dari tumbuhnya fungsi kegiatan publik yang mendominasi penggunaan ruang kawasan, semakin dekat dengan pusat kegiatan semakin tinggi intensitas dan keberagaman kegiatan.

III.2 Tinjauan Terhadap Klub Kebugaran dan Gymnasium

III.2.1 Pengertian Klub Kebugaran

Oleh sebagian masyarakat awam, klub diartikan sebagai perkumpulan, atau suatu perkumpulan yang memiliki wadah dan ruang-ruang tertentu untuk melakukan aktifitas yang berhubungan dengan klubnya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, klub diartikan sebagai rumah tempat berkumpul atau bersenang-senang. Hal ini juga dapat dikatakan sebagai sekelompok orang yang dipersatukan dalam ikatan sosial atau minat yang sama, dimana diantara anggota terjadi pertemuan secara sukarela dan berpartisipasi pada aktifitas yang diikuti secara regular.

Pengertian yang hampir sama mengenai klub juga ditulis dalam Ensiklopedi Indonesia dan The World Book Encyclopedia. Pada Ensiklopedi Indonesia dituliskan bahwa klub adalah perkumpulan dimana anggotanya mempunyai kesenangan yang sama dan selalu mengadakan pertemuan berkala, sedangkan The World Book Encyclopedia menuliskannya sebagai sekelompok orang yang terorganisir untuk suatu tujuan tertentu, seperti kegiatan sosial atau olah raga.

Secara garis besar, bentuk klub terbagi dalam tiga jenis, yakni *executive club*, *sport club*, dan *night club*. *Executive club* memiliki anggota yang berasal dari kalangan masyarakat tertentu dengan persyaratan tertentu yang umumnya merupakan pengusaha, pejabat, maupun kalangan eksekutif di lingkungan perkantoran. *Sport club* dikhususkan bagi penggemar olah raga maupun menggemari berbagai jenis olah raga yang terbuka untuk umum dan memiliki iuran yang harus dibayar jika ingin menjadi anggota atau ikut serta di dalamnya. Sedangkan *night club* merupakan tempat berkumpul bagi kalangan tertentu yang menyediakan hiburan malam dan tentunya dibuka mulai malam atau menjelang malam dengan ketentuan yang boleh masuk hanya orang-orang berusia di atas 17 tahun.

Kebugaran dalam KBBI diartikan sebagai hal sehat dan segar atau kesegaran badan, sedangkan dalam kamus Wikipedia kebugaran merupakan paduan antara [olahraga](#) dan aktivitas yang dilakukan di [tempat olahraga](#) atau pusat olahraga atau di [rumah](#). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebugaran seseorang

UNIVERSITAS INDONESIA

antara lain adalah daya tahan, kekuatan otot, kecepatan, ketangkasan, kelenturan, keseimbangan, kecepatan reaksi, dan koordinasi antara bagian-bagian tubuh. Sedangkan tujuan akhir dari latihan kebugaran adalah untuk:

- [keadaan tubuh](#) yang baik secara menyeluruh;
- [pembakaran lemak](#) dan [kelangsingan](#) ([spinning](#), [aerobik](#), [kebugaran jantung](#))
- pertumbuhan tubuh ([hipertrofi](#)) atau bertambah kuatnya [otot](#) ([binaraga](#)).

Secara terminologi, klub kebugaran merupakan kegiatan berolahraga yang dilaksanakan di tempat-tempat olahraga dan bersifat umum atau publik. Longmann dalam Dictionary of Contemporary English, menuliskan bahwa klub kebugaran adalah suatu wadah atau sarana atau tempat perkumpulan dimana anggota-anggotanya mempunyai tujuan sama yakni olah raga dan aktifitas-aktifitas fisik lainnya yang berhubungan dengan rekreasi, sosialisasi, dan mengolah kemampuan tubuh agar tetap bugar. Peralatan olahraga yang digunakan pada pusat kebugaran diarahkan ke kelompok otot dan bagian tubuh tertentu. Pada pusat kebugaran, peralatan olahraga dibuat spesifik dan disebut "peralatan kebugaran" atau "mesin kebugaran".

Klub kebugaran merupakan salah satu fasilitas yang menerapkan gaya hidup sehat agar orang dapat menikmati hidup yang lebih berkualitas yang sesuai dengan tren perkembangan kota dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat urban.

III.2.2 Sejarah dan Perkembangan Klub dan Klub Kebugaran

Klub-klub modern mulai muncul pertamakalinya di Inggris pada abad XVII. Sekitar tahun 1652, Klub Coffee House pertama didirikan di St Michael's Alley, Cornhill, London oleh Pasqua Rosse. Coffee House tersebut hadir sebagai sebuah tempat makan, minum, sekaligus sebagai area berkumpul dan bersosialisasi bagi saudagar dan bangsawan Inggris. Di tempat tersebut para saudagar dan bangsawan biasanya berkumpul, menikmati hidangan sembari bertukar informasi atau berdiskusi dengan rekan-rekannya. Kemudian sekitar tahun 1800-an, mulai muncul klub-klub sosial dan profesional yang tumbuh

secara terspesialisasi. Perkembangan ini juga menyebar hingga Amerika dengan berbagai konsep pembangunan.



Salah satu klub modern lain yang muncul adalah The Athenaeum yang berdiri tahun 1842. Klub ini berdiri sebagai klub untuk seniman, penulis, ilmuwan, dan perkumpulan para hakim. Pendirian klub-klub yang terspesialisasi semacam ini juga terjadi pada klub-klub yang memiliki anggota yang memiliki hobi yang sama, seperti klub *automobile*, klub sanggar, atau klub pengendara sepeda.

Pada abad XIX perkumpulan semacam ini mulai dikelola dengan terencana. Salah satunya adalah pengembangan klub yang terbagi dalam dua kategori, yakni klub sosial dan klub komersial. Klub sosial biasanya dikelola instansi atau perusahaan besar yang bertujuan untuk kesejahteraan karyawan, dengan pembebanan iuran disesuaikan tingkat pendapatan dan status kepegawaian. Sedangkan klub komersial merupakan kegiatan yang bertujuan mencari keuntungan dengan cara memungut iuran dan anggotanya diseleksi dari kalangan tertentu sesuai sasaran yang diinginkan pengelola.

Pertengahan abad XX, di Amerika mulai diperkenalkan klub modern yang bergerak di bidang kebugaran. Awalnya, klub ini sebagai sarana olahraga yang didalamnya hanya terdapat alat-alat olah raga untuk para binaraga. Konsumennya merupakan kaum pekerja dari kalangan kelas menengah ke bawah, yang dikenal dengan olahraga kaum *blue collar*, kemudian klub semacam ini terus berkembang dan merambah hingga berbagai lapisan masyarakat. Perkembangan ini semakin pesat terlebih setelah terjadi revolusi Perancis di Amerika, dan dengan perkembangan ke arah komersial.

Pada pertengahan abad XX, tepatnya pada tahun 1962, klub kebugaran mulai masuk ke Indonesia. Di Indonesia pertama kalinya klub kebugaran hadir di bumi Sangkuriang yang diberi nama Country Club Concordia, kemudian disusul dengan hadirnya Sawangan Country Club di daerah Sawangan, Bogor sekitar tahun 1970. Fasilitas yang ditawarkan pada kedua pusat kebugaran tersebut juga beragam dan menjadi pembuka kehadiran klub kebugaran bertema olah raga, rekreasi, sekaligus sosialisasi.






Gambar 3.6 Salah satu fasilitas pada Country Club Concordia di Bumi Sangkuriang
(Sumber : www.google-image.com)



Gambar 3.7 Salah satu fasilitas pada Sawangan Golf dan Country Club
(Sumber : www.google-image.com)

Pada akhir abad XX, pendirian klub kebugaran di Indonesia mulai marak seiring dengan berkembangnya kawasan pemukiman elit, khususnya di Jakarta dan sekitar. Kehadiran klub-klub kebugaran dalam kompleks tersebut menjadi pelengkap fasilitas yang disediakan para pengembang perumahan mewah. Beberapa contoh klub kebugaran yang hadir di tengah kompleks perumahan di Jakarta:

UNIVERSITAS INDONESIA

	<p>Gambar 3.8 Puri Bugar di Komplek Puri Indah</p> <p>Sumber : www.google-image.com</p>
	<p>Gambar 3.9 Sport Club & Spa Kota Wisata di Kawasan Pemukiman Kota Wisata Cibubur</p> <p>Sumber : www.kotawisata.com</p>
	<p>Gambar 3.10 Kelapa Gading Sport Club di Kawasan Pemukiman Kelapa Gading Permai</p> <p>Sumber : www.panoramio.com</p>

III.2.3 Peran, Fungsi dan Fasilitas Klub Kebugaran

Seiring perkembangan kota dan pengaruh globalisasi, saat ini peran klub kebugaran menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat kota. Keanggotaan mereka dalam sebuah klub kebugaran menjadi salah satu gaya hidup yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sosialnya. Status sosial menjadi penentu klub kebugaran yang dipilih seseorang, karena hal itu berhubungan dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan.

Bagi sebagian masyarakat urban seperti Jakarta, dunia pekerjaan merupakan bagian terbesar dalam kehidupannya, untuk melakukan berbagai pekerjaan mereka dituntut memiliki stamina yang bagus agar dapat melakukan pekerjaan dengan baik, dan salah satu cara untuk menjaga kesehatan dan kebugaran adalah dengan berolahraga. Dan kehadiran klub-klub kebugaran di Jakarta adalah untuk menyeimbangkan rutinitas mereka dan sekaligus menawarkan gaya hidup baru yang disesuaikan dengan perkembangan kota.

UNIVERSITAS INDONESIA

Dalam konteks klub kebugaran, sejak awal abad XI di Jakarta mulai muncul klub-klub kebugaran dengan beragam aktifitas yang ditawarkan, seperti: olah raga, rekreasi, sosialisasi, dan untuk menunjang jalannya pengoperasian maka dibuatlah dua kelompok penunjang yakni kelompok pengelola dan kelompok pemakai. Kelompok pengelola memiliki kegiatan mengatur segala jenis kegiatan untuk menunjang keberhasilan dan perkembangan klub kebugaran. Sedangkan kelompok pemakai merupakan masyarakat yang menjadi menjadi anggota atau memanfaatkan fasilitas yakni olah raga, rekreasi, dan sosialisasi yang ditawarkan klub tersebut.

Secara umum, fungsi kehadiran klub kebugaran antara lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki hobi berolahraga, selain itu salah satu cara menumbuhkan minat olah raga bagi masyarakat baik mereka yang ingin berprestasi maupun sekedar berekreasi atau bersosialisasi.

Dari segi fungsi, berdirinya klub kebugaran terbagi menjadi dua macam, yakni klub kebugaran sebagai penunjang, dan klub kebugaran yang berdiri sendiri. Klub kebugaran sebagai penunjang, diartikan sebagai pendirian klub dengan anggota yang diprioritaskan adalah pemakai bangunan atau instansi yang berkecimpung dalam bangunan tersebut. Kehadiran anggota lain biasanya diperkenankan, tetapi syarat, kapasitas, dan waktu terbatas. Sedangkan klub kebugaran yang berdiri sendiri merupakan klub kebugaran diadakan untuk melayani masyarakat secara umum dengan cara menjadi anggota.

Sistem pelayanan yang dilakukan setiap klub kebugaran biasanya difungsikan untuk memenuhi kebutuhan olah raga dan rekreasi yang disesuaikan dengan konsep dan konteks klub tersebut berdiri. Misalnya jika klub kebugaran dibangun di dalam pemukiman, maka pelayanannya disesuaikan dengan karakter penghuni, sehingga pengguna yang merupakan penghuni tersebut merasa nyaman dan mendapat pelayanan terbaik.

Fasilitas yang biasanya terdapat pada klub kebugaran adalah prasarana olah raga, dan penunjang prasarana olah raga. Prasarana olah raga digunakan untuk memenuhi peraturan pelaksanaan kegiatan olahraga, yakni fasilitas yang digunakan dalam berolah raga seperti alat-alat kardio, studio senam dan *aerobic*, *free weight* dan *mechine weight*. Perlengkapan prasarana digunakan untuk

UNIVERSITAS INDONESIA

membantu kegiatan olah raga dan pelengkap fasilitas di dalam berolahraga, seperti *personal trainer, lounge, sauna, steam*, dsb. Fasilitas pada prasarana olah raga biasanya terletak dalam ruang-ruang yang terpisah sesuai dengan fungsi dan bertujuan memberikan kenyamanan pengunjung. Ruang-ruang prasarana yang terbentuk antara lain :

- a. ruang untuk olah raga, seperti: *fitness, aerobic*, dan yoga
- b. ruang untuk rekreasi dan relaksasi, seperti: *steam, whirlpool, sauna, café*
- c. ruang untuk sosialisasi, seperti *lobby, lounge*, dan restoran

III.2.4 Gymnasium

Pada zaman modern ini, kita mengenal *gymnasium* sebagai ruangan yang didalamnya terdapat peralatan untuk melakukan latihan fisik ataupun untuk pembentukan tubuh, atau juga lapangan atau ruangan luas yang dapat digunakan sebagai tempat berlatih dan olah raga. Akan tetapi



Gambar 3.11 Colosseum di Italia

Sumber : <http://kudoni.files.wordpress.com>

sebenarnya *gymnasium* telah dikenal sejak zaman Romawi dengan berdirinya bangunan Colosseum sebagai arena untuk berlomba dan beradu kekuatan. Bangunan gymnasium umumnya dikelilingi tiang-tiang yang di dalamnya juga disediakan fasilitas seperti lobby, toilet, ruang bilas, dan ruang baca (perpustakaan).

III.3 Klub Kebugaran dalam Gymnasium (Pusat Kebugaran)

Dewasa ini kita mengenal adanya *fitness centre* atau pusat kebugaran, baik yang berdiri sendiri maupun berada dalam bagian sebuah gedung. Sebenarnya pusat kebugaran merupakan klub kebugaran dengan aktifitas yang terletak dalam sebuah *gym*. Para pelaku bisnis pusat kebugaran menggunakan nama tersebut untuk membentuk konsep kebugaran modern dengan anggota terspesifikasi yang tergabung dalam sebuah klub, dan berlokasi di ruang atau bangunan tertentu.

Tipe-tipe pusat kebugaran yang berkembang di Indonesia, antara lain: *health club*, *gym* di perkantoran, *fitness center* di mall, *gym* dalam hotel, dan *residential club* atau klub yang berada di dalam kompleks perumahan. Rata-rata standar fasilitas yang disediakan sebuah pusat kebugaran antara lain:

- memiliki ruang *weight training*
- memiliki studio *aerobic*
- memiliki satu jenis atau lebih alat kardiovaskuler elektrik seperti treadmill, sepeda statis, *elliptical*, *stairclimber*, dan *stepper*.
- Memiliki *wet area* selain shower seperti sauna, steam, *whirpool*

Alat-alat yang biasa digunakan sebagian besar pengguna dalam pusat kebugaran antara lain: alat kardiovaskuler, *free weight*, *machine weight*, fasilitas wet area, ruang mandi (shower), *café*, *locker*, *lounge* (ruang tunggu). Berdasarkan tempat berdirinya, lokasi *fitness centre* terbagi dalam beberapa *district* atau kawasan:

1. Residence district : berada dalam bangunan sendiri atau memiliki gedung sendiri dan mayoritas kegiatannya terfokus pada alat-alat berat atau pembentukan otot



Gambar 3.12 Klub Kalapa Gading di Komplek Kelapa Gading, Jakarta

Sumber : www.summarecon.com

<p>2. Office district : tempat fitness seperti ini menyewa membeli atau ruang dalam gedung. Fasilitas yang disediakan disini biasanya cukup memadai, seperti: steam, sauna, dsb.</p>	 <p>Gambar 3.13 Fitness First di Sudirman Place, Sentra Bisnis Sudirman, Jakarta Sumber : www.fitnessfirst.com</p>
<p>3. Shopping district : berada di area mall dengan segmentasi pengunjung untuk kalangan menengah-atas dan diprioritaskan pada pengunjung mall</p>	 <p>Gambar 3.14 Gold's Gym di MOI Jakarta Sumber : www.kabarindo.com</p>
<p>4. Hotel district : fitness untuk kawasan hotel dibagi menjadi dua, untuk hotel bintang 3 dan 4 biasanya masih dapat dijangkau kalangan menengah, sedangkan bintang 5 biasanya dikhususkan untuk kalangan atas atau kalangan eksekutif tertentu.</p>	 <p>Gambar 3.15 Fitness and Spa di Hotel Ritz-Carlton Jakarta Sumber : www.mashedhotels.com</p>

Berdasarkan segmentasi pengunjung, pusat kebugaran (*fitness centre*) atau klub kebugaran dalam *gym*, dikelompokkan menjadi beberapa bagian:

a. *public fitness club*

fitness untuk umum ini disediakan bagi seluruh kalangan masyarakat yang bersedia menjadi anggota atau pengunjung yang membayar.

Perlengkapan dan fasilitas yang disediakan *public fitness club* biasanya merupakan perlengkapan umum dengan fasilitas standar.

b. *executive fitness club*

executive fitness club merupakan *fitness centre* yang disediakan bagi anggota tertentu dengan tingkatan yang lebih tinggi dari *public fitness club*. Iuran keanggotaan disini lebih mahal dari *public fitness club*, dan membidik pasaran dari kalangan eksekutif. Peralatan dan fasilitas yang disediakan disini lebih bervariasi dan lebih terspesifikasi. Di kota besar, *executive fitness club* biasanya membidik pasar pada kawasan perbelanjaan dan perkantoran atau *shopping and office district*.

c. *luxurious fitness club*

luxurious fitness club atau klub fitness mewah dikhususkan bagi anggota tertentu yang membutuhkan ruang yang lebih privat dengan variasi fasilitas yang lebih lengkap dan pelayanan terbaik. Peralatan dan fasilitas yang ada lebih eksklusif dari *executive fitness*. *Luxurious fitness club* biasanya terdapat pada hotel berbintang lima, apartemen, atau kawasan eksklusif di pusat kota.

d. *body builders club*

body builders dikhususkan bagi pria yang ingin memfokuskan diri pada pembentukan tubuh tertentu. Peralatan disini biasanya terdiri alat berat yang khusus untuk professional. *Body builder* merupakan klub kebugaran yang memiliki ruang yang tidak terlalu besar dan dikhususkan bagi pria atau wanita yang ingin memiliki tubuh layaknya binaraga.

Bagi masyarakat kelas menengah-atas di kota besar seperti Jakarta, berolahraga di kawasan hiburan yang mengandung unsur *leisure* menjadi salah satu pilihan yang menarik. Untuk itu, sejak adanya kemudahan investasi asing di Indonesia, maka kehadiran pusat kebugaran eksklusif di tempat-tempat seperti mall dan perkantoran juga mulai digemari masyarakat kota terutama Jakarta.

BAB IV

STUDI KASUS DAN ANALISIS

Berdasarkan pengamatan saya mengenai kebutuhan akan kebugaran dan *leisure* bagi masyarakat kelas menengah-atas Jakarta, maka pembahasan bab ini akan diarahkan pada munculnya fenomena *executive and luxurious fitness club* yang mulai ditawarkan investor asing kepada konsumen ibukota. Dua pusat kebugaran yang berdiri di area perbelanjaan (*shopping district*) dan perkantoran (*business district*) Jakarta, yaitu Celebrity Fitness Mall Puri Indah dan Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin sengaja dipilih, dengan alasan karena keduanya memiliki unsur kebugaran, kesenggangan, dan interaksi yang menjadi ruang yang mewadahi gaya hidup masyarakat kota Jakarta. Selain itu, pada kedua pusat kebugaran ini memiliki perbedaan kualitas baik dari segi segmentasi maupun pelayanan yang disesuaikan dengan perkembangan gaya hidup masyarakat Jakarta, sehingga menarik untuk diperbandingkan. Selain melakukan pengamatan lapangan, saya juga melakukan wawancara dengan pengunjung dan karyawan masing-masing pusat kebugaran baik secara langsung maupun via email untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Tabel 1. Data Fisik Celebrity Fitness Mall Puri Indah dan Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin

	Celebrity Fitness Mall Puri Indah	Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin
Lokasi	Mall Puri Indah unit 061-062 Lantai 2 : Jalan Puri Agung, Puri Indah, Jakarta Barat	Menara BCA Lantai 11: Jalan M.H. Thamrin No.1, Jakarta Pusat
Konsep	menggabungkan fitness centre dan pusat hiburan (entertainment). Alasan → menampilkan “ <i>fitness</i> sebagai sesuatu yang menyenangkan dan	<i>Soft and calm.</i>

	<i>sparkling</i> ".	
Segmen lokasi	Shopping centre (shopping district)	Bussiness centre (office district)
Fasilitas	Alat-alat kardio, Café and bar, Shower facilities, kamar kecil dan ruang loker pribadi, Sauna and steam room, Studio dengan hampir 100 kelas aerobik per minggu, Kelas khusus RPM Kelas khusus yoga	Cardio Theatre, Lounge & Juice Bar, Shower facilities, hair dryer, kamar kecil dan ruang loker pribadi, Sauna and steam room, Outdoor swimming pool, Gym:80 peralatan kardio seperti treadmills, steppers , elpticals dan alat angkat beban Program pelatihan:Body Combat, Body Attack, Body Jam, flow Yoga, Tai chi dll Rental DVD dan VCD
Jam operasional	06:00 – 00:00 WIB	09:00 – 00:00 WIB
Segmen pengunjung	Eksekutif, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan di atas 18 tahun	Profesional dan di atas 16 tahun
Luas area	1888 m2	+ 2500m2
Daya tampung pengunjung/hari	500-600 pengunjung	700-900 pengunjung
Biaya anggota	350 ribu & 490 ribu/bulan	420 ribu/bulan

IV.1 Celebrity Fitness Mall Puri

Celebrity Fitness merupakan perusahaan waralaba asal Amerika milik John Franklin yang diperkenalkan pertama kali di Indonesia sekitar tahun 2004, dan Celebrity Fitness Puri merupakan cabang ke-6 yang di buka sekitar pertengahan tahun 2007 dengan tujuan melayani kebutuhan akan kebugaran bagi masyarakat di wilayah Puri Kembangan dan sekitar. Kehadiran Celebrity Fitness memberi nuansa baru bagi aktifitas kebugaran sebagian masyarakat Jakarta, karena memiliki konsep yakni menggabungkan antara *fitness centre* dan pusat

UNIVERSITAS INDONESIA

hiburan (*entertainment*). Adanya penggabungan antara konsep *fitness centre* dan *entertainment* bertujuan untuk menampilkan “fitness sebagai sesuatu yang menyenangkan dan *sparkling*”, dan hal ini dilakukan dengan membuka cabang di berbagai pusat perbelanjaan (*shopping center*).



Gb 4.1 entrance yang *sparkling* dengan permainan warna lampu
Sumber: pengelola celebrity fitness

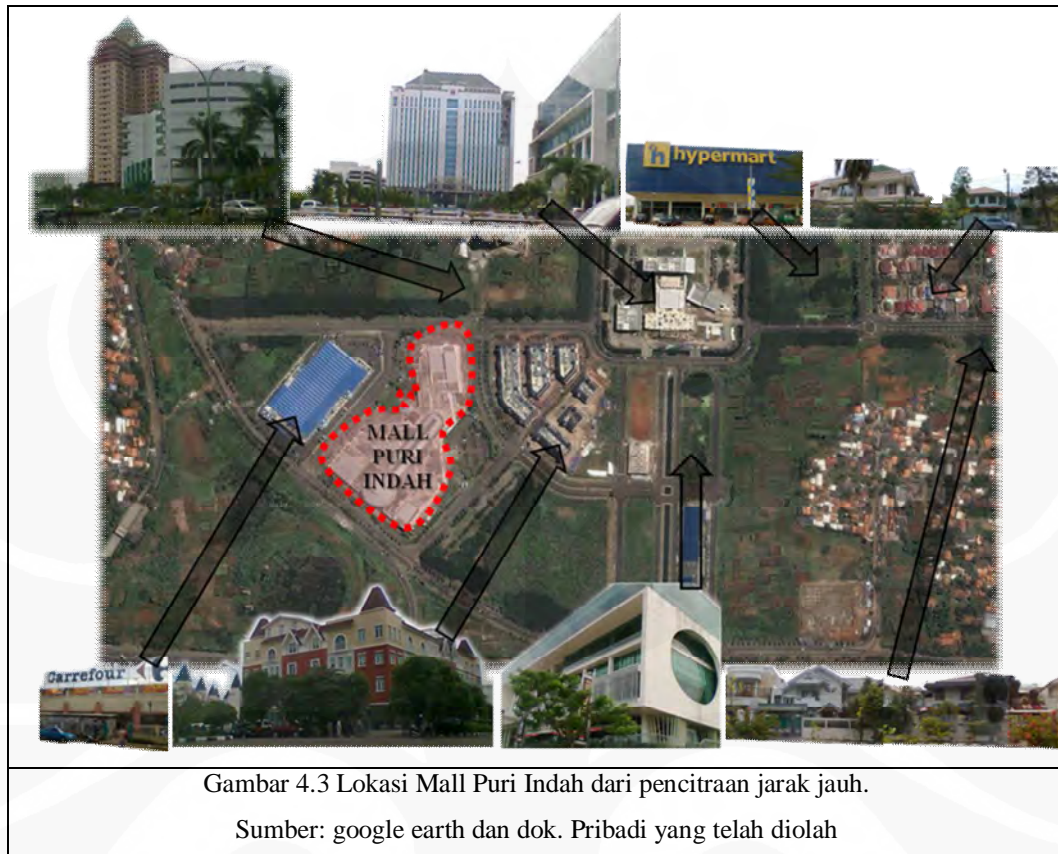


Gb 4.2 interior ruang cardio yang *sparkling* dengan dominasi warna biru
Sumber: pengelola celebrity fitness

Menurut pemiliknya, nama Celebrity Fitness dipilih dengan maksud untuk memberikan pengalaman dalam mengolah tubuh kepada anggota layaknya seorang artis, sehingga pusat kebugaran ini menawarkan paket kebugaran modern dengan pelayanan ekstra seperti yang selama ini dialami para selebritis.

Citra modern dan eksklusif yang ditonjolkan pusat kebugaran ini adalah berdasarkan standar kelas atas ala Amerika, yang berarti memberikan kualitas terbaik juga kepada anggotanya. Untuk memperkuat suasana modern dan *high class* tersebut, maka dipilih lokasi mall yang eksklusif agar terbentuk suasana hiburan sehingga anggotanya juga dapat berbelanja, makan, atau cuci mata baik sebelum atau sesudah berolah raga.

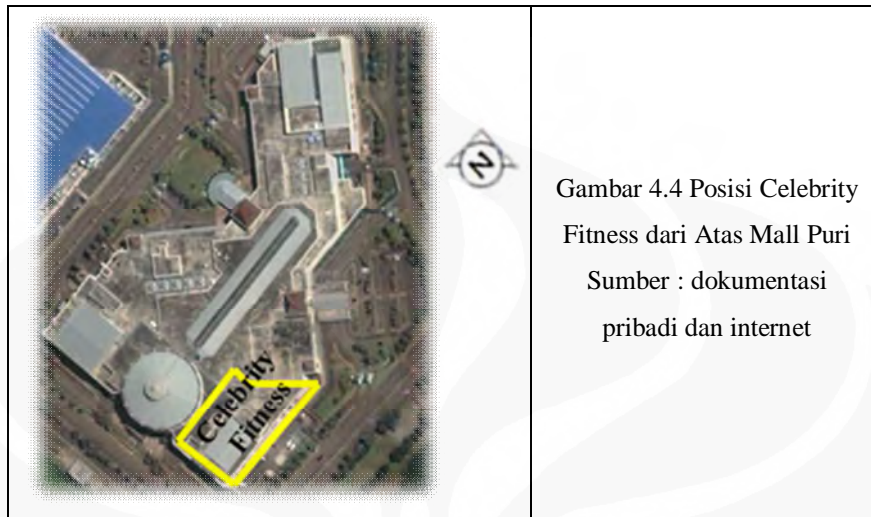
Mall Puri Indah terletak di kawasan pengembangan Jakarta Barat, merupakan pusat belanja dan rekreasi keluarga yang dibangun PT Puri Agung. Pada awal pendiriannya, kehadiran Mall Puri sebagai fasilitas pengembang untuk menyediakan kebutuhan berbelanja dan hiburan bagi masyarakat yang berdomisili di kawasan Puri Indah dan sekitar. Mall ini mulai beroperasi tahun 1997 dan berdiri diatas lahan seluas 125.000 m².



Gambar diatas menjelaskan lokasi mall yang diapit beberapa perkantoran,, pertokoan, apartemen, dan berbagai pusat aktifitas. Alasan menghadirkan Celebrity Fitness di mall ini karena perkembangan dan pembangunan berbagai sarana publik, tujuannya masyarakat yang bekerja atau tinggal di sekitar ini akan bergabung dengan Celebrity Fitness.

Sejak tahun 2000 pembangunan gedung-gedung perniagaan, pemerintahan, maupun hunian di sekitar Mall Puri Indah tumbuh dengan pesat. Hal ini ditandai dengan dibangunnya Kantor Walikota Jakarta Barat, pusat perniagaan dan perkantoran Puri, apartemen, rumah sakit, pembangunan proyek City Walk Saint Moritz, dan pengembangan kawasan hunian. Pesatnya perkembangan kawasan dan bertambahnya antusiasme masyarakat yang beraktifitas di kawasan ini ditunjang dengan berdirinya akses baru berupa jalan tol yang memiliki akses keluar dan masuk menuju Puri, sehingga mendukung bertambahnya masyarakat yang beraktifitas di dalam maupun sekitar lokasi ini.

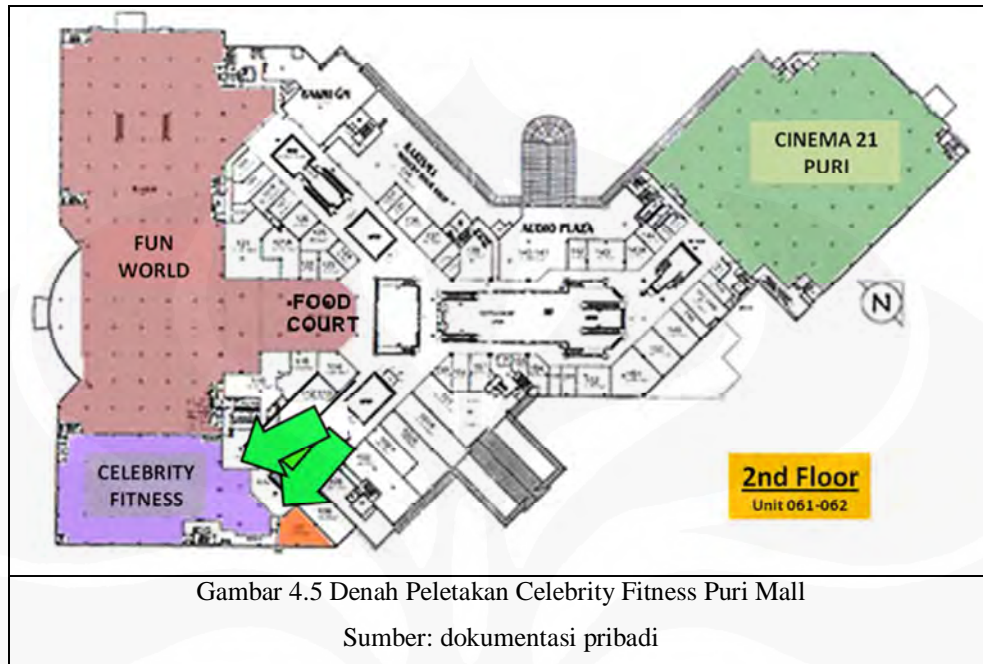
UNIVERSITAS INDONESIA



Gambar 4.4 Posisi Celebrity Fitness dari Atas Mall Puri
Sumber : dokumentasi pribadi dan internet

Lokasi pusat kebugaran ini tepatnya berada di Jalan Puri Agung, Mall Puri Indah Unit 061-062 Lantai 2 Jakarta Barat. Tujuan awal pembukaan Celebrity Fitness Puri, pengelola melihat pangsa pasar yang mengarah pada *shopping district*. Meski dengan segmen pasar yang beragam mulai dari mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pekerja kantor, ternyata antusiasme masyarakat di *shopping district* juga cukup baik. Menurut David, marketing manager Celebrity Fitness Puri, fasilitas yang di paling ditonjolkan pada tempat ini adalah variasi aerobik dengan instruktur-instruktur bertaraf internasional yang sesuai standar FISAF. Alasannya karena olah raga seperti aerobik paling diminati terutama untuk *body shape* atau melangsingkan badan.

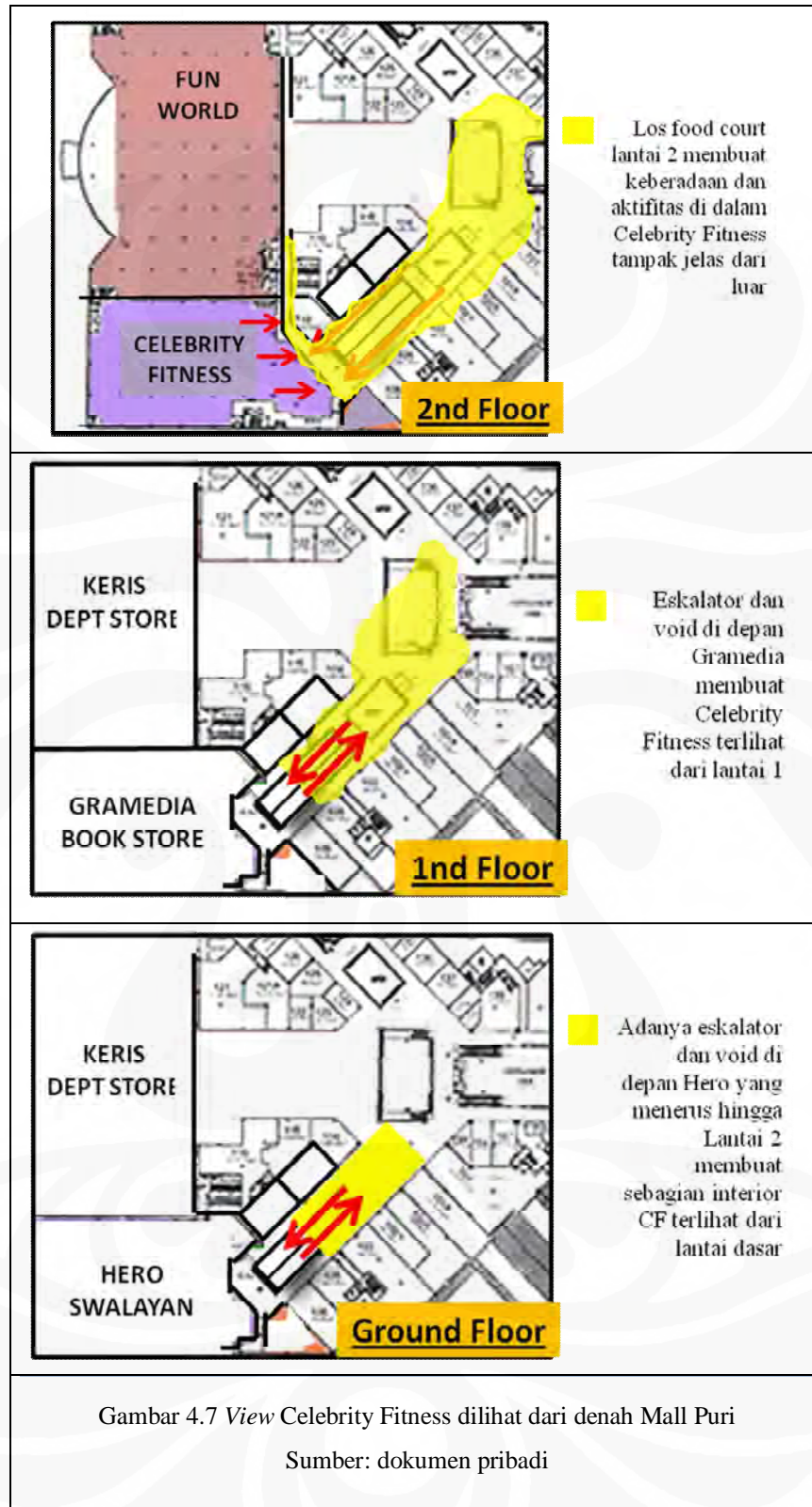
Staff yang bekerja di Celebrity Fitness Mall Puri Indah terbagi atas *marketing, greeter, costumer service, trainer, instruktur, sales, dst*, dan mereka bekerja secara *shift*. Untuk mendukung kepuasan dan pelayanan prima bagi anggota, Celebrity Fitness Puri membuka operasi setiap hari termasuk hari Minggu dan hari-hari besar lainnya seperti Idul Fitri, Natal, dan Idul Adha.



Celebrity Fitness Puri terletak pada sisi kiri mall di lantai paling atas, dan memiliki fasad interior yang transparan. Lokasinya dapat dicapai dari escalator lantai 1 yang berada di depan Gramedia atau dari arah food court yang terletak di lantai 2. Berdasarkan pengalaman dan wawancara langsung penulis dengan beberapa pengunjung, ketika berjalan dari food court di lantai 2 menuju tangga escalator depan Gramedia, maka pandangan penulis dan pengunjung akan tertuju pada interior sebuah ruang yang diterangi dengan cahaya berwarna biru mencolok. Antara bagian luar dan dalam ruangan kebugaran diberi pembatas berupa material kaca berwarna transparan, sehingga sebagian isi ruangan dan aktifitas yang berlangsung di dalamnya tampak terlihat jelas dari luar.

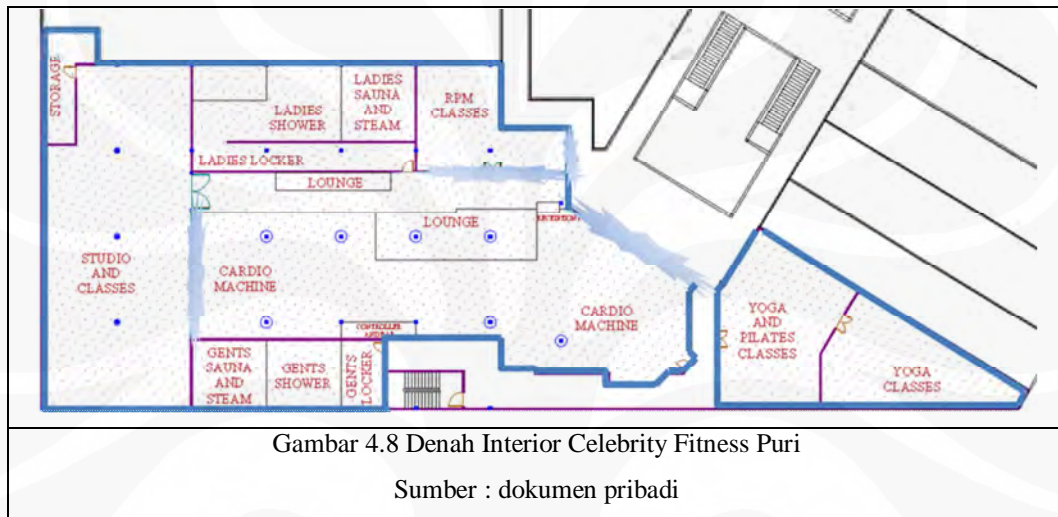


Gambar 4.6 Entrance
Celebrity Fitness
Sumber : dok pribadi



Gambar ini menunjukkan posisi orang-orang dari arah luar ruangan yang dapat melihat posisi Celebrity Fitness

Fasad ruangan di buat transparan dengan tujuan untuk memperkuat konsep yakni menghadirkan selebriti dan melayani anggota layaknya selebriti. Kehadiran selebriti sebagai sosok yang selalu diperhatikan orang, dan akan terlihat dari luar ruangan, kemudian terekspos dengan menghadirkan elemen kaca pada sekat atau pembatas area fitness dengan luar ruangan.



Warna clown dari denah menunjukkan batas antar ruang yang di beri kaca transparan sehingga terjadi interaksi dua arah, dari luar ke dalam dan dalam ke luar.

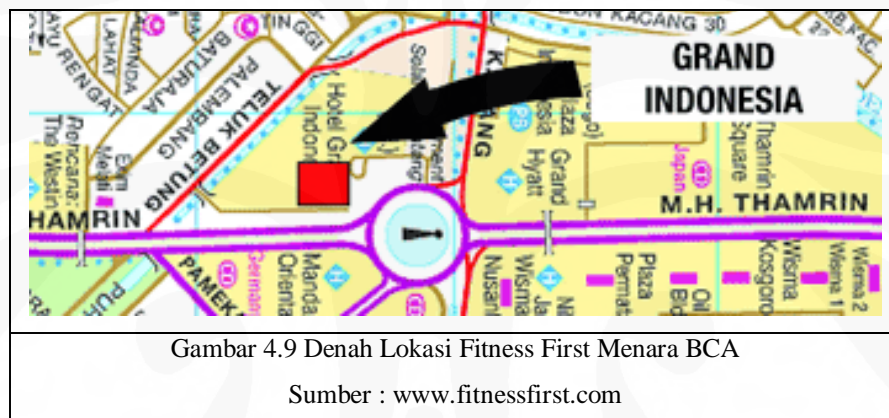
IV.2 Fitness First Menara BCA

Fitness First merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa kebugaran. Pertama kali dibuka di UK tahun 1992, konsep yang digunakan adalah mengembangkan klub kebugaran berkualitas tinggi yang berstandar internasional. Segmentasi pengunjung di Fitness First berusia 16 tahun keatas. Saat ini pusat kebugaran tersebut memiliki 550 cabang di seluruh dunia, dan telah membuka 7 cabang di Jakarta dengan menyewa ruang gedung-gedung komersial yang memiliki tingkatan kelas A.

Jalan MH Thamrin, Jakarta Pusat merupakan kawasan strategis sekaligus kawasan ekonomi prospektif yang memungkinkan berbagai aktifitas bisnis dan pemerintahan berdiri di sepanjang jalan ini. Hampir semua bangunan tinggi yang berdiri di sini berfungsi sebagai perkantoran, perdagangan, perhotelan, perbelanjaan sehingga tak bisa disangkal bahwa setiap harinya kawasan baik

UNIVERSITAS INDONESIA

sepanjang Jalan maupun di dalam bangunan dipenuhi orang-orang dengan berbagai kepentingan. Dan wujud dari kompleksitas aktifitas masyarakat di sepanjang jalan inilah yang menjadi salah satu bidikan pengembang usaha kebugaran. Fenomena kebutuhan masyarakat kota yang membutuhkan aktifitas penyegaran sekaligus sosialisasi ini mendorong pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis kebugaran di kawasan tersebut. Salah satu lokasi yang menjadi bidikan pengusaha kebugaran adalah pusat berbagai aktifitas yang berdiri di sekitar Jalan MH Thamrin tepatnya depan Bundaran Hotel Indonesia yakni gabungan antara Hotel Indonesia Kempinski, Menara BCA, dan Grand Indonesia.



Fitness First Platinum berada di dalam gedung Menara BCA yang terletak di Jalan M.H. Thamrin NO. 1, Jakarta Pusat 1031. Salah satu ruangan gedung yang disewa yakni Menara BCA Thamrin, merupakan salah satu gedung perkantoran tertinggi di Jakarta. Gedung ini berdiri di atas lahan yang memiliki akses langsung dengan Hotel Indonesia Kempinski, Tower Apartemen dan Residence Kempinski, pusat perbelanjaan Grand Indonesia, dan komplek hiburan (*entertainment complex*).

Lokasi fitness yang dipilih penulis berada di lantai 11, gedung perkantoran yang memiliki total 50 lantai. Pusat kebugaran ini memiliki akses langsung yang menghubungkan tiga bidikan strategis, yakni area perkantoran (dalam Menara BCA), area perbelanjaan (Grand Indonesia), area hotel, apartemen, dan residence (Hotel Indonesia Kempinski). Peletakan di dalam sebuah perkantoran merupakan alasan strategis yang dilakukan pengembang usaha, karena customer dari pusat

kebugaran mayoritas merupakan karyawan kantor dan penghuni apartemen/residence yang berlokasi sama dengan pusat kebugaran dan sekitar Thamrin, dimana rata-rata mereka berusia diatas 20 tahun (para professional yang sudah mapan) dan tempat ini tidak hanya difungsikan sebagai area berolahraga tetapi juga sebagai area pertemuan baik dalam pembicaraan bisnis maupun pertemuan dengan relasi atau teman. Pengembang usaha sengaja membuat bidikan yang tersegmentasi pada usia dewasa mapan yang disesuaikan dengan kisaran usia kaum sosialita dan komoditas masyarakat yang menghuni kawasan ini.



Gambar 4.10 Fitness First Platinum di dalam Menara BCA

Sumber :

<http://indonesianproperty.blogspot.com>

Letak Fitness First ini berada dalam satu komplek bangunan yang berfungsi sebagai kantor, penginapan (hotel), apartemen, dan mall. Sasaran utama pengunjung fitness adalah para eksekutif dan profesional muda yang beraktifitas di sekitar lokasi ini.

Area fitness dikelilingi kaca transparan yang memiliki pemandangan langsung menghadap Jalan Thamrin dan bundaran HI, sehingga pengunjung di dalam ruangan dapat melihat kondisi jalan dan memprediksi kepadatan lalu lintas.



Gambar 4.11 Denah Menara BCA, Hotel Indonesia Kempinski, Grand Indonesia
 Sumber : <http://indonesianproperty.blogspot.com>

Lokasi FF berada di ujung kanan yang terkoneksi antara Menara BCA, HI Kempinski, dan GI. Tujuan FF mengambil lokasi di kawasan ini untuk menjangkau pengunjung yang lebih banyak dari kalangan profesional dan eksekutif.

Berbeda dengan Celebrity Fitness Puri yang memiliki entrance transparan sehingga memungkinkan adanya interaksi antara orang yang berada di luar dan dalam ruangan yang berada pada pusat perbelanjaan, entrance yang terdapat Fitness First Platinum tampak seperti ruang tertutup dan anggota pusat kebugaran ini memiliki privasi yang utuh dari pandangan orang luar. Model terbuka yang diterapkan pada Fitness First Platinum ini merupakan interaksi sepihak yakni model kaca berwarna transparan yang menghadap ke arah luar gedung. View pengunjung dibuat mengarah ke luar gedung yakni kawasan Thamrin, Bundaran HI dst dari ketinggian 50 m di atas jalan raya. Di sini orang yang berada satu gedung dengan pusat kebugaran Fitness First seperti tidak diperkenankan melihat ke dalam ruang tersebut. Kesan tertutup dan eksklusif ini disesuaikan dengan bidikan pasar dan simbol platinum yang mengarah ke eksklusivitas penggunaannya.



Entrance dengan dinding masif di sekitar. Entrance pada FF merupakan pintu yang menghubungkan langsung antara lift bangunan dengan ruang fitness. Kesan yang timbul dari sini adalah untuk menjaga kesan eksklusive pada pengunjung. Warna yang muncul ketika pertama masuk pintu utama adalah soft, untuk menjaga kenyamanan dan sesuai target yakni pengunjung yang rata pekerja profesional yang ingin rileks, nyaman, dan juga memungkinkan area FF digunakan untuk mengadakan pertemuan.



Gambar 4.13 Salah satu Fasilitas pada Fitness First
Sumber : www.fitnessfirst.co.id

Akses keluar masuk bagi customer di lokasi ini melalui satu entrance yang disambut dengan sebuah meja administrasi dan kartu pas. Diluar akses masuk langsung berhadapan dengan empat buah lift yang disediakan kantor Menara BCA. Model pintu masuk ini seperti lorong pendek yang hanya menghubungkan pintu dengan area kebugaran. Dibalik meja administrasi dan pintu pas terdapat meja kursi yang berjajar di samping kiri dan peralatan kardiovaskuler di samping kanan. Menurut salah satu karyawan disini tujuan peletakan meja kursi yang terlihat dari area lift adalah disediakan untuk anggota yang sedang menunggu rekan sambil mengamati langsung ke arah luar (fungsi interaksi), atau ruang bagi

UNIVERSITAS INDONESIA

anggota untuk rehat sejenak sebelum memulai atau sesudah memulai latihan (fungsi kesenggangan) atau juga bisa digunakan sebagai tempat untuk berkonsultasi dengan personal trainer atau bertemu kolega (fungsi interaksi, sosialisasi, dan marketing). Kesemuanya bisa dilakukan sembari menikmati pemandangan luar Bundaran HI dst (pemandangan satu arah).

Bagi pengunjung yang berasal dari luar gedung apabila ingin memasuki lokasi ini melalui dua akses utama, yakni dari lift menuju lantai 11 yang disediakan Menara BCA atau jika pengunjung melalui akses masuk Grand Indonesia, pengunjung terlebih dahulu menuju lantai 3, kemudian melewati tenant Gramedia untuk menemukan lift menuju lantai 11 yang merupakan penghubung antara Grand Indonesia dan Menara BCA.

Peletakan pusat kebugaran ini seperti terlihat eksklusif dan tertutup bagi non anggota atau non calon anggota. Hal ini dikarenakan pemilik bisnis memahami keinginan masyarakat kota yang akan menjadi konsumen disini merupakan kalangan masyarakat eksekutif yang memiliki keinginan akan suasana eksklusif, nyaman, dan terbebas dari pandangan orang-orang luar. Dan gaya hidup seperti inilah yang diminati masyarakat kelas menengah atas kota Jakarta yang rata-rata menginginkan privasinya terjaga dari pengaruh luar.

IV.3 Pendekatan Psikografis

Untuk menganalisis gaya hidup pada masyarakat pengguna Celebrity Fitness dan Fitness First dilakukan dengan pendekatan psikografik. Berikut beberapa definisi psikografik yang akan menjadi acuan dalam menganalisis gaya hidup pada kedua studi kasus:

1. Engel, Blackwell, dan Miniard, pengertian psikografik adalah:
“psychographic is a term often use interchangeably with AIO measures, or statements to describes the activities, interest, and opinions of consumers”
 (Engel, Blackwell, and Miniard, 1995, p. 451).
2. Loudon and Della Bitta, pengertian psikografik dikutip dalam:
“psychographics is the systematic use of relevant activity, interests, and opinion constructs to quantitatively explore and explain the communication,

purchasing and consuming behaviors of person for brands, products, and cluster of product” (Loudon and Della Bitta, 1993, p. 60).

3. Schiffman and Kanuk, psikografik diartikan sebagai:

“psychographics, also commonly referred to as lifestyles analysis or AIO (activities, interests, and opinions) research, is form of consumer research that has been heartily embraced by both marketing practitioner and academic consumer researches” (Schiffman and Kanuk, 1991, p. 123).

4. Sedangkan Mowen mendefinisikan psikografik sebagai:

“psychographics is the quantitative investigation of consumer’ lifestyle, personalities, and demographic characteristics, which are used to assist in marketing and decision making” (Mowen J.C., 1987, p. 200).

Dari kutipan-kutipan tersebut, dapat disimpulkan psikografik sebagai suatu penelitian kuantitatif untuk mengukur aktifitas, minat, dan opini (gaya hidup), kepribadian, serta demografik konsumen, yang dilakukan untuk menggali dan menjelaskan komunikasi dan tingkah laku konsumen atas merek, produk, dan sekumpulan produk yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam pemasaran.

Fungsi metode psikografik dalam meneliti gaya hidup adalah untuk mengenali dan memahami konsumen, serta secara efektif dapat berkomunikasi dan menjual produk atau jasa kepada mereka (Loudon dan Della Bitta, 1993). Schiffman dan Kanuk (1994) menyatakan bahwa psikografik adalah alat untuk melakukan segmentasi pasar dan mengembangkan kampanye promosi khusus.

Pendekatan psikografis yang dapat dikaitkan dengan Celebrity Fitness dan Fitness First ini adalah mengenai pengukuran terhadap kepuasan masing-masing anggota yang tidak sama. Upaya pendekatan khusus terhadap anggota Celebrity Fitness ataupun Fitness First dilakukan berdasarkan tingkatan usia pengunjung yang menjadi anggota pada kedua tempat tersebut.

IV.4 Segmentasi Pengunjung

Berdasarkan studi kasus di atas, maka segmentasi pengunjung pada Celebrity Fitness dan Fitness First dibatasi dalam cakupan remaja akhir, dewasa muda, dan dewasa madya.

Remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang artinya tumbuh ke arah kematangan (Steinberg, 1999, p. 3). Lipsitz (1977) membagi masa remaja menjadi remaja awal (11-14 tahun), remaja madya (15-18 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun). Istilah *adult* (dewasa) berasal dari bahasa Latin yang berarti “*to grow to maturity*” (berkembang menuju kematangan). Papalia dan Olds (1998) memberi batasan usia dewasa muda pada 20-40 dan dewasa madya pada usia 40 - 60 tahun.

Tabel 2. Fenomena ketertarikan pengunjung terhadap Celebrity Fitness Mall Puri Indah

Segmentasi usia pengunjung pada Celebrity Fitness yang dikaitkan dengan pendekatan psikografis		Keterangan
Remaja akhir (18-20 tahun), sekitar 10%	Perkembangan kognitif: 1. Kemampuan Hypothetico-Deductive Reasoning (gaya hidup dan lingkungan berpengaruh pada pemilihan Celebrity Fitness sebagai tempat menyalurkan minat dan aktifitas kebugaran) 2. Kognisi sosial (pemilihan Celebrity Fitness untuk menyesuaikan diri dengan status dan lingkungan sosialnya)	
	Perubahan Fisik dan Psikologis yang cepat: 1. Fisik (karena olah tubuh dan hormon) 2. Psikologis (bergabung dengan Celebrity Fitness karena keinginan agar di terima masyarakat umum sebagai orang dewasa)	
	Perkembangan aspek sosial: 1. Relationship (bergabung dengan Celebrity Fitness bersama teman-teman sebaya) 2. Identitas diri (bergabung dalam Celebrity Fitness sebagai identitas dan gaya hidupnya) 3. Konformitas (celebrity fitness Puri Mall disukai remaja akhir karena dorongan teman-teman sebaya yang tinggal, bersekolah, maupun beraktifitas di sekitar Puri Indah.	
Dewasa Muda (21-40 tahun), sekitar 50%	Ketertarikan pengunjung pada Celebrity Fitness Puri karena mereka memiliki kemampuan biologis, psikologis, sosial, dan hukum untuk bergabung di tempat ini	Pengunjung usia muda berasal dari beberapa latar belakang pekerjaan, mayoritas

		karyawan swasta dan pengusaha muda
	Menunjukkan jiwa muda: berkarakter fisik penuh semangat, berolahraga teratur, bertenaga, terlihat segar, dan bergaya hidup sehat	
	Terjadi perubahan nilai dan status, bagi mereka yang sanggup menjadi member di tempat ini	
Dewasa Madya (41-60 tahun), sekitar 35%	Masa transisi dan masa puncak karier. Alasan memilih Celebrity Fitness biasanya untuk melepaskan beban pikiran, disertai mengurangi penyakit yang timbul seperti jantung, dsb	

Tabel 3. Fenomena ketertarikan pengunjung terhadap Fitness First Platinum Menara BCA Thamrin

Segmentasi usia pengunjung pada Fitness First yang dikaitkan dengan pendekatan psikografis		Keterangan
Remaja akhir (16-20 tahun), sekitar 5%	Perkembangan kognitif: 1. Kemampuan Hypothetico-Deductive Reasoning (gaya hidup dan lingkungan tinggal menjadi alasan pemilihan Fitness First sebagai tempat menyalurkan minat dan aktifitas kebugaran)	
	Perubahan Fisik dan Psikologis yang cepat: 1. Fisik (karena olah tubuh dan hormon) 2. Psikologis (bergabung dengan Fitness First agar diakui masyarakat umum sebagai orang dewasa)	
	Perkembangan aspek sosial: 1. Relationship (bergabung bersama teman-teman sebaya) 2. Identitas diri (sebagai identitas dan gaya hidupnya) 3. Konformitas (karena dorongan keluarga atau teman yang tinggal, ataupun beraktifitas di sekitar Thamrin)	

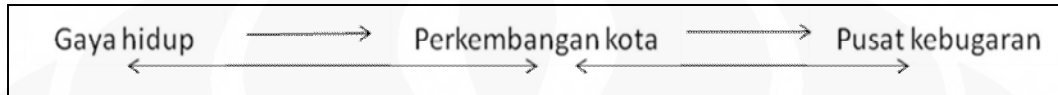
Dewasa Muda (21-40 tahun), sekitar 45%	Ketertarikan pengunjung karena alasan jangkauan lokasi: tempat bekerja atau tempat tinggal	Pengunjung usia muda mayoritas karyawan kantoran dan pengusaha yang bekerja atau bertempat tinggal di sekitar kawasan ini
	Menunjukkan jiwa muda: berkarakter fisik penuh semangat, berolahraga teratur, bertenaga, terlihat segar, dan bergaya hidup sehat	
	Terjadi perubahan nilai dan status, bagi mereka yang sanggup menjadi member di tempat ini (Ketertarikan pengunjung pada Fitness First Platinum karena mereka memiliki kemampuan biologis, psikologis, sosial, dan hukum untuk bergabung di tempat ini)	
Dewasa Madya (41-60 tahun), sekitar 50%	Masa transisi dan masa puncak karier. Alasannya lokasi yang berdekatan dengan pusat beraktifitas (kantor atau tempat tinggal) dan biasanya untuk melepaskan beban pikiran, mengurangi penyakit yang timbul seperti jantung, dsb, dan seringkali digunakan untuk bertemu kolega..	

Tabel 4. Dominasi keramaian pengunjung masing-masing pusat kebugaran pada hari kerja dan hari libur

	Celebrity Fitness	Fitness First
Jam ramai pengunjung	Tingkat keramaian pengunjung terbanyak: hari libur terutama sabtu malam dan minggu	Tingkat keramaian pengunjung terbanyak: malam hari dan sabtu malam
Hari libur, Sabtu, Minggu	Pengunjung terbanyak: Remaja akhir dan ibu rumah tangga, juga pekerja kantoran	Pengunjung terbanyak; Pekerja kantoran yang libur bekerja, dan remaja akhir
Hari kerja Senin-Jumat malam	Pekerja kantoran	Profesional dan eksekutif yang pulang bekerja
Hari kerja Senin-Jumat siang	Ibu rumah tangga, remaja akhir	Remaja akhir dan profesional seringkali juga melakukan pertemuan relasi di tempat ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Gaya hidup masyarakat menciptakan arah perkembangan suatu kota dan perkembangan kota mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang tinggal didalamnya. Dampak yang timbul dari gaya hidup dan kota adalah masalah kesehatan, kebugaran, kesenggangan dan interaksi-sosialisasi, untuk itu terciptalah pusat-pusat kebugaran yang memenuhi seluruh unsur tersebut dengan kondisi yang memungkinkan yakni pada bangunan komersial di kota seperti Jakarta.

Berdasarkan seluruh tinjauan dan analisis yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, penulis mengambil dua hal penting yang dapat digunakan untuk menelaah fenomena pusat kebugaran (*fitness centre*) yang muncul saat ini, yakni:

1. Setelah dilakukan analisis pada studi kasus, ternyata perkembangan *fitness centre* atau pusat kebugaran di kota besar seperti Jakarta tidak terlepas dari aspek gaya hidup masyarakat dan perkembangan arsitektur kota. Dari sisi psikologi diketahui bahwa manusia dengan berbagai tingkat kebutuhan memiliki aspek tertinggi yaitu keinginan untuk mengaktualisasikan diri. Dalam mendukung kebutuhannya tersebut, maka manusia memposisikan diri pada lingkungan atau gaya hidup yang sesuai dengan kelasnya, yang juga disesuaikan dengan arah perkembangan kota dimana mereka tinggal dan arsitektur yang berkembang pada masanya.
2. Dunia arsitektur memiliki peranan yang cukup signifikan dalam menjawab berbagai kebutuhan manusia, dan satu hal terpenting adalah kebutuhan untuk menjaga kebugaran baik fisik maupun non fisik bagi mereka yang tinggal di kota metropolitan dengan lahan terbatas seperti Jakarta. Dalam menghadapi kebutuhan masyarakat yang tinggal pada lingkup tersebut, membuka kreatifitas perancang untuk membuat variasi konsep kebugaran yang

disesuaikan dengan segmentasi pengunjung dan lokasi seperti dua studi kasus yang telah di analisis pada bab sebelumnya.

Dari hasil kajian literatur dan analisis studi kasus, dapat disimpulkan bahwa berdirinya pusat kebugaran yang tergabung dalam lingkup bangunan tertentu, seperti: Celebrity Fitness di Mall Puri maupun Fitness First di Menara BCA, secara empiris merupakan wujud kebutuhan yang kompleks antara kebutuhan individu dan perkembangan gaya hidup masyarakat yang tinggal di dalamnya terhadap ruang arsitektur kota. Kehadiran pusat kebugaran seperti Celebrity Fitness dan Fitness First ini tentu disesuaikan dengan aspek kebutuhan manusia pada tingkat menengah-atas dengan gaya hidup masyarakat eksklusif yang menjadi anggota pada masing-masing pusat kebugaran tersebut. Selain itu, kompleksitas juga terjadi karena Jakarta sebagai kota metropolitan memiliki lahan terbatas dengan kepadatan manusia dan aktifitasnya yang majemuk, sehingga memungkinkan terciptanya ruang kebugaran yang sekaligus berfungsi *leisure* (kesenggangan) dan *socialite* (interaksi).

Hasil analisis pada studi kasus juga menunjukkan bahwa peran perancang terhadap fenomena perkembangan pusat kebugaran ternyata sangat besar. Ini disebabkan oleh beberapa hal, yaitu:

1. Makin terbatasnya ruang di Jakarta
2. Makin terbatasnya waktu akibat aktifitas masyarakat yang rutin dan padat
3. Makin banyaknya manusia yang mengisi ruang kota Jakarta

Peran perancang disini adalah menuangkan ide-ide untuk merancang pusat kebugaran pada lahan terbatas tetapi kreatif dan inovatif sesuai sasaran pengunjung. Hal utama yang dilakukan arsitek adalah memaksimalkan aspek sesuai dengan kebutuhan individu dan gaya hidup masyarakat yang tinggal didalamnya yang nantinya menjadi segmen pengunjung pada pusat kebugaran tersebut, misalnya Celebrity Fitness dan Fitness First seperti yang telah dibahas pada bab studi kasus.

Selain sisi-sisi positif di atas, sebenarnya terdapat kekurangan yang sebaiknya perlu diperhatikan dari munculnya fenomena pusat kebugaran di tengah kota Jakarta, yakni eksklusivitas membatasi kesempatan bagi kaum menengah-bawah untuk bergabung sebagai konsumen pada tempat-tempat yang telah

diklasifikasikan seperti ini. Seharusnya fenomena pusat kebugaran sebagai bagian dari perkembangan arsitektur tidak menimbulkan *gap* terhadap kelas tertentu, karena terciptanya ruang arsitektur dan kota sebenarnya bertujuan untuk mewadahi aktifitas masyarakat yang tinggal didalamnya dan bukan berarti menutup diri terhadap kelas sosial tertentu.

Berdasarkan fenomena pusat kebugaran yang muncul di tengah kota besar saat ini, maka penulis melihat dua hal yang dapat dijadikan sebagai tantangan terbesar pada perkembangan pusat kebugaran kedepannya, antara lain:

1. Perkembangan pusat kebugaran di tengah kota Jakarta di masa mendatang sebaiknya tidak hanya menitikberatkan pada golongan masyarakat menengah-atas. Namun, kemunculan pusat kebugaran sebaiknya juga memiliki kajian dan konteks yang dapat dikemas bagi kalangan menengah ke bawah. Hal ini tentu bukan berarti kembali pada periode awal terbentuknya pusat kebugaran, tetapi lebih kepada penggalian konsep arsitektur pusat kebugaran di tengah kota yang ramah terhadap masyarakat marginal.
2. Pusat kebugaran yang muncul pada distrik-distrik tertentu, seperti Fitness First yang berdiri pada *office district* dengan segmentasi pengunjung kalangan eksekutif di perkantoran, atau Celebrity Fitness yang berdiri pada *shopping district* dengan segmentasi pengunjung kaum muda yang terbuka dan masyarakat penyuka aktifitas belanja, maka tidak menutup kemungkinan perkembangan pusat kebugaran kedepannya tidak hanya terbatas pada *office district*, *shopping district*, *residence district*, dan *office district*, tetapi memiliki segmentasi yang lebih mengakar dan mampu memasuki setiap elemen kawasan atau *district* yang terdapat dalam lingkup kota Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Christopher. (1987). *A new theory of urban design*. California: The Center for Environmental Structure.
- Assael, Henry. (1992). *Consumer behavior and marketing action* (4th ed.). Boston: PWS-KENT Publishing Company.
- Brian, Sharkey. (2003). *Fitness and health*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cashmore, Ellis. (2002). *Sport psychology: the key concepts*. New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- David. (2009, Mei 3). Personal Interview.
- Eisner, S., & Gallion, Arthur. (1992). *The urban pattern* (6th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1992). *Consumer behavior*. Chicago: Dryden Press.
- Havitz, M.E., & Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: drive properties and paradoxes. *Jurnal of Leisure Research*. Mei 28, 2009. <http://www.questia.com/googleScholar>
- Hawkins, D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (1995). *Costumer behavior: implications for marketing strategy* (6th ed.). Chicago: Richard D. Irwin Inc.
- Kappelman, Leon A. (1995). Measuring user involvement: a diffusion of innovation perspective. *Special Double Issue: Diffusion of Technological Innovation*, 65 – 86. Maret, 2009. <http://www.year2000.unt.edu/kappelma>
- Kasali, Renald. (2000). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, positioning* (4th ed.). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kerlinger, F.N. (1986). *Foundation of behavioral research* (3rd ed.). Tokyo: CBS College Publishing.
- Leonard, Plotnicov. (1990). [Work and play: an urban lifestyle ideally portrayed](#). USA: University of Pittsburgh
- Loudon, D.L., Della B., & Albert, J. (1993). *Consumer behavior: concepts and applications* (4th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

- Machmud, A. Mauraga. (2005). Psikologi Arsitektur Post Modern. *RONA Jurnal Arsitektur FT-Unhas*, Volume 2 No. 1, 35-36.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Harper & Row.
- Mowen, John C. (1995). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Newmark, N.L., & Thomson, P.J. (1977). *Self, space, shelter: an introduction to housing*. New York: Harper & Row.
- Papalia, D., & Olds, S.W. (1998). *Human development* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Co.
- Powers, S.K., & Dodd, S.L. (1997). *The essential of total fitness*. USA: University of Florida.
- Rapoport, Amos. (1990). *History and precedent in environmental design*. New York: Plenum.
- Rice, F. Philip. (1996). *The adolescent: development, relationship, and culture* (8th ed.). Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Santrock, John W. (1999). *Lifespan development* (7th ed.). Boston: MacGraw Hill College.
- Sarafino, Edward P. (1990). *Health Psychology: biopsychosocial interactions*. New York: John Wiley & Sons.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall-Hall Inc.
- Sheridan, C.L., & Radmacher, S.A. (1992). *Health psychology: challenging the biomedical model*. New York: John Wiley & Sons.
- Solomon, Michael R. (1999). *Consumer behavior: buying, having, and being*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Smet, Bart. (1994). *Psikologi kesehatan*. Jakarta: Grasindo.
- Sumalyo, Yulianto. (2005). *Arsitektur modern: akhir abad XIX dan abad XX* (2nd ed.). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Steinberg, Laurence. (1993). *Adolescence* (3rd ed.). New York: McGraw Hill
- Susanto, A.B. (2001). *Potret-potret gaya hidup metropolis*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

- Taulu, Lely Pingkan C. (1993). *Gaya hidup dan pemilihan aktivitas leisure: sebuah pendekatan pada penduduk Jakarta berusia 45-65 tahun*. Depok: Skripsi Sarjana Fakultas Psikologi UI.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2005). *Kamus besar bahasa Indonesia* (3rd ed.). Jakarta: Balai Pustaka.
- Turner, J.S., & Helms, D.B. (1995). *Lifespan development* (5th ed.). Philadelphia: Harcourt Brace & Company.
- Webster's new world college dictionary (3rd ed.). (1996). New York: Simon & Schuster, Inc.
- <http://www.fitnessfirst.com>