



UNIVERSITAS INDONESIA

KEBERADAAN KARYA SENI DI KAWASAN REAL ESTATE:

**Pengaruh Keberadaan Karya Seni Publik di Kawasan
Perumahan Masyarakat Menengah Atas**

TESIS

**Iriantine Karnaya
0906651284**

**FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
DEPOK
JULI 2011**



UNIVERSITAS INDONESIA

KEBERADAAN KARYA SENI DI KAWASAN REAL ESTATE:

**Pengaruh Keberadaan Karya Seni Publik di Kawasan
Perumahan Masyarakat Menengah Atas**

TESIS

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

IRIANTINE KARNAYA

0906651284

**FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
DEPOK
JULI 2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Iriantine Karnaya

NPM : 0906651284

Tanda Tangan

Iriantine Karnaya

Tanggal : 5 Juli 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Iriantine Karnaya
NPM : 0906651284
Program Studi : Arsitektur
Judul Tesis : Keberadaan Karya Seni di Kawasan Real Estate:
Pengaruh Keberadaan Karya Seni Publik di
Kawasan Perumahan Masyarakat Menengah Atas

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Azrar Hadi, PhD (.....)
Pembimbing : Ir. Teguh Utomo Atmoko, MURP (.....)
Penguji : Dr. Ir. Laksmi Gondokusumo Siregar, M.Si (.....)
Penguji : Dr. Ing. Ir. Dalhar Susanto (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 5 Juli 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Arsitektur Program Studi Arsitektur pada Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Azrar Hadi, PhD dan Ir. Teguh Utomo Atmoko, MURP, sebagai dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya, memberikan diskusi dan bimbingannya selama ini.
2. Sahabat-sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat secara rutin sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan tesis ini.
3. Suami dan anak saya yang selalu memberikan peluang untuk bekerja dan belajar lagi sehingga terdapat banyak waktu yang terganggu dan hilang untuk kebersamaan kita.

Masih banyak pihak lainnya yang telah membantu saya dalam banyak hal selama perkuliahan hingga penulisan tesis. Mohon maaf, karena saya tidak bisa menyebutkan semuanya. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, Juli 2011

Penulis

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

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

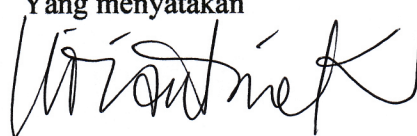
Nama : Iriantine Karnaya
NPM : 0906651284
Program Studi : Arsitektur
Fakultas : Teknik
Jenis karya : Tesis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Keberadaan Karya Seni di Kawasan Real Estate: Pengaruh Keberadaan Karya Seni Publik di Kawasan Perumahan Masyarakat Menengah Atas**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan 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 : Depok

Pada tanggal : 5 Juli 2011

Yang menyatakan



(Iriantine Karnaya)

ABSTRAK

Nama : Iriantine Karnaya
Program Studi : Arsitektur
Judul : Keberadaan Karya Seni di Kawasan Real Estate: Pengaruh Keberadaan Karya Seni Publik di Kawasan Perumahan Masyarakat Menengah Atas

Pengembang *Real Estate* dalam rangka menarik pembeli, selalu dituntut kreatif dalam mengembangkan proyeknya. Strategi tersebut umumnya dengan menampilkan image lingkungan *real estate* yang anggun, *prestigious*, dan memberikan segala kemudahan, keamanan, dan *amenities* yang lebih dari pengembang lainnya. Salah satu cara untuk memberikan nilai tambah adalah dengan memperkenalkan karya seni di lingkungan pengembangnya. Karya seni yang dimaksud merupakan bagian dari karya seni publik, karena diletakkan di ruang publik. Penelitian ini memaparkan bagaimana keberadaan karya seni publik di kawasan real estate mendukung keberhasilan pengembang. Walaupun keberhasilan pengembang ditentukan oleh beberapa faktor lainnya, penelitian ini membatasi hanya pada penelitian yang berhubungan dengan makna serta keberadaan karya seni publik terkait dengan pendapat masyarakat. Penelitian ini dimulai dengan kajian tentang seni dan bagaimana peran seni berada dalam area publik serta bagaimana peran karya seni pada kehidupan manusia yang dapat memberikan nilai positif pada karakter, emosi dan nilai sosial bagi masyarakat. Secara khusus seni dalam area publik memberikan *value* positif pada perumahan yang pada akhirnya bisa meningkatkan market pada perumahan tersebut. Temuan utama dari penelitian ini adalah pentingnya kehadiran seni dari sudut pandang konsumen.

Kata kunci:
real estate, karya seni, nilai, masyarakat

ABSTRACT

Name : Iriantine Karnaya
Study Program : Architecture
Title : Public Art in Real Estate Development: The Influence of the Presence of Public Art in Housing for Middle-to-High Income Society

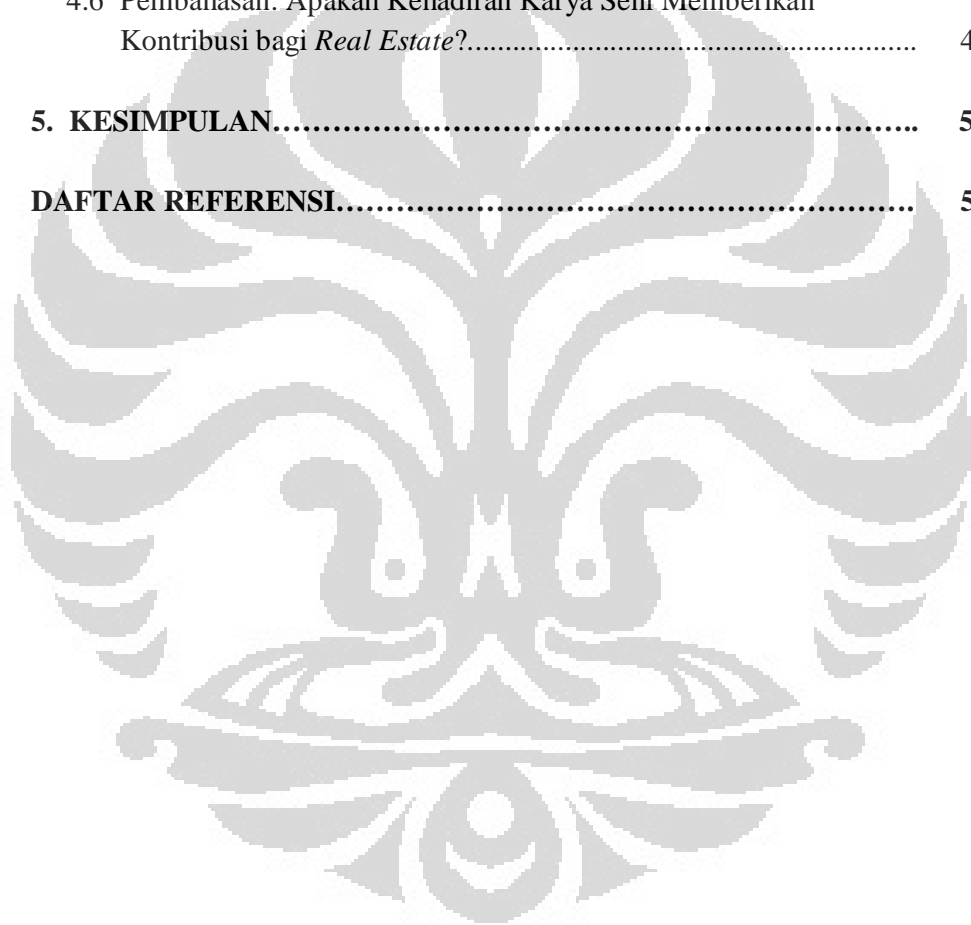
Real estate developers need to be creative in developing the project that can attract customers. One of the strategies is by creating the excellent and prestigious image of real estate environment, which offers better convenience, security and amenities than other developers. One way to add the value of the property is by introducing artworks in the developer environment. Artwork is a part of public art which is located in public space. This study describes how the presence of public art works in real estate environment can support the success of the developer. Although the success of the development is determined by various other factors, the research is focused on the presence of the artwork in relation to the perception of the users. The study begins with the discussion on the presence of art work in public area and the role of art work in developing positive character, emotion and social value for the society. In particular the study found that the presence of art work in public area can add positive value to the housing and eventually raise the market value of the housing. The main finding of this study is on the importance of the presence of art work from the consumers' point of view.

Keywords:
real estate, art work, value, society

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Bahasan.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Urutan Penulisan	7
2. SENI PUBLIK DALAM REAL ESTATE.....	9
2.1 Real Estate.....	9
2.2 Pengertian Seni.....	12
2.3 Elemen Seni.....	14
2.4 Fungsi Seni dalam Ruang Publik.....	18
2.5 Karya Seni Publik.....	20
2.6 Karya Seni dan Pengembangan Real Estate.....	24
2.7 Karya Seni Publik dan Pembiayaan.....	27
3. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Sampel Penelitian.....	30
3.3 Gambaran Umum Penelitian.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Metode Analisis Data.....	36

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal.....	39
4.2 Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama.....	41
4.3 Kelebihan Kompleks Perumahannya Dibandingkan dengan Kompleks Perumahan Lain.....	42
4.4 Perbandingan antara Responden yang Tinggal di dalam Kompleks Perumahan dan Responden yang Tidak Tinggal di dalam Kompleks Perumahan.....	44
4.5 Pendapat mengenai Karya Seni dalam Kompleks Perumahan.....	48
4.6 Pembahasan: Apakah Kehadiran Karya Seni Memberikan Kontribusi bagi <i>Real Estate</i> ?.....	49
5. KESIMPULAN.....	51
DAFTAR REFERENSI.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	MC PAhipp's Atlanta GA 1	3
Gambar 1.2.	The fountain of the Canal Park, Duluth, Minnesota.....	3
Gambar 2.1.	Community public sculpture	13
Gambar 2.2.	Angel, Rome. Global Vista.....	15
Gambar 2.3.	Frank O Gehry, Gugenheim Museum, Bilbao, Spain Konneman.....	15
Gambar 2.4.	Roger Noakes. Anzac, Highway Public Art, Adelaide, Australia.....	19
Gambar 2.5.	Clarence Dock, Leed city center, UK.....	21
Gambar 2.6.	Hierarki Kebutuhan Menurut Abraham Maslow.....	25
Gambar 2.7.	Hydraulophone, Ontario, Canada.....	26
Gambar 2.8.	La Joute, Montreal, Canada.....	26
Gambar 3.1.	Area Kota Wisata.....	31
Gambar 3.2.	Suasana pintu masuk Kota Wisata.....	32
Gambar 3.3.	Suasana Pintu Masuk Cluster Kota Wisata.....	32
Gambar 3.4.	Karya Seni di Ruang Publik (<i>roundabout</i>).....	33
Gambar 3.5.	Karya Seni di Taman.....	33
Gambar 3.6.	Karya Seni sebagai area bermain (<i>playground</i>)	33
Gambar 3.7.	Area Raffles Hills.....	34
Gambar 3.8.	Pintu Gerbang Raffles Hills.....	35
Gambar 3.9.	Bundaran (<i>roundabout</i>) Raffles Hills.....	35
Gambar 4.1	Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal.....	40
Gambar 4.2	Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama dalam Memilih Rumah.....	41
Gambar 4.3.	Kelebihan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain	43
Gambar 4.4.	Faktor Bangunan dan Lingkungan sebagai Pertimbangan Penting.....	45
Gambar 4.5.	Faktor Karya Seni sebagai Pertimbangan Penting.....	46
Gambar 4.6.	Faktor Harga sebagai Pertimbangan Penting.....	46
Gambar 4.7.	Faktor Cara Pembayaran sebagai Pertimbangan Penting.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal.....	39
Tabel 4.2.	Hasil Chi-square Test.....	40
Tabel 4.3.	Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama dalam Memilih Rumah.....	41
Tabel 4.4.	Kelebihan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain	43
Tabel 4.5.	Faktor Bangunan dan Lingkungan Menurut Dua Kelompok Responden.....	44
Tabel 4.6.	Faktor Adanya Karya Seni Menurut Dua Kelompok Responden.....	44
Tabel 4.7.	Faktor Harga Menurut Dua Kelompok Responden.....	45
Tabel 4.8.	Faktor Cara Pembayaran Menurut Dua Kelompok Responden.....	45
Tabel 4.9.	Hasil Chi-square Test.....	47
Tabel 4.10.	Pendapat mengenai karya seni.....	48
Tabel 4.11.	Karya Seni sebagai Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Rumah.....	49

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Real estate mengandung tiga pengertian.¹ Pertama, *real estate* sebagai lahan pembelajaran, yaitu bagaimana pemahaman tentang keputusan dan tindakan yang diambil mengenai lahan. Pembelajaran terkonsentrasi pada deskripsi dan analisis pada jabatan dan pekerjaan, fisik, legal, dan aspek ekonomi lahan. Kedua adalah *real estate* sebagai tindakan bisnis. Di sini *real estate* dipahami sebagai tindakan yang penghasilannya didapat dengan melakukan *improvement* pada suatu lahan dalam jangka waktu tertentu. Pengertian ketiga adalah *real estate* sebagai aset financial, yaitu sebagai *improvement* pada lahan yang dianggap memiliki nilai ekonomis.

Di sini terlihat bahwa *real estate* merupakan usaha yang berorientasi pada bagaimana meningkatkan nilai suatu lahan dengan pemahaman akan aspek ekonominya. Tujuan utama dari produk *real estate* adalah bagaimana produk dihasilkan bisa diserap oleh masyarakat. Saat ini ada begitu banyak pengembang di Indonesia. Begitu banyaknya pengembang mengakibatkan setiap pengembang perumahan harus dapat mengemas produk *real estate* mereka sedemikian rupa agar laku terjual. Strategi yang dilakukan oleh pengembang pun menjadi bermacam-macam.

Dalam pengembangan *real estate*, sebagai dasar keberhasilan secara umum ditentukan oleh kejelian dalam melihat keadaan yang berhubungan dengan pasar (*market*) dan ekonomi. Studi yang harus dilakukan meliputi *penilaian proyek (appraisal)*, untuk menilai apakah satu lokasi cukup layak dan menjanjikan untuk dikembangkan. Jika tidak maka sebaiknya pengembangan tidak diteruskan atau mencari lokasi lain. Keberhasilan pengembangan *real estate* juga ditentukan oleh

¹Shilling, James D. Real Estate, Southern-West Thomson Learning, University of Wisconsin, 2002.

analisis untung rugi, untuk menilai manfaat pengembangan ini bagi masyarakat. Analisis ini penting dalam rangka mendapatkan dukungan dan kemudahan dari pemerintah daerah. Kemudian analisis *ekonomi makro* dan dampaknya terhadap perkembangan *real estate*. Analisis ekonomi makro pada dasarnya untuk mengetahui ada tidaknya pasar akibat perubahan ekonomi dan type perumahan yang layak untuk dijual sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Analisis penting lainnya adalah *analisis lokasi pengembangan*, yang sering menjadi faktor utama dalam pengembangan *real estate*. *Studi pasar* dilakukan untuk mengetahui apakah adanya permintaan pasar untuk pengembangan properti di satu lokasi. Kemudian *studi penjualan* untuk menentukan cara pemasaran, sasaran pemasaran termasuk harga, bentuk lingkungan, bentuk bangunan termasuk **keberadaan karya seni publik di lingkungan *real estate* yang menjadi objek utama dalam penelitian ini**. Dan terakhir *studi kelayakan* yang mempelajari masalah biaya dan pendapatan, masalah investasi, keuntungan finansial dari pengembangan *real estate* tersebut.²

Di beberapa negara maju kehadiran karya seni publik seolah sudah menjadi suatu keharusan, seperti terlihat di kota-kota besar Amerika Serikat. Begitu juga kehadiran karya seni publik begitu mudahnya ditemukan di kota-kota negara maju di Eropa seperti London, Paris maupun Madrid. Kehadiran karya seni publik bagi kota tersebut jelas memberikan nilai lebih bagi bagaimana warga kota menghargai kota tersebut. Kehadiran karya seni publik tersebutpun sering sekali terikat pada peraturan yang harus ditaati, peraturan yang memaksa pemerintah daerah menghadirkan karya seni untuk publik.

Pada saat ini banyak sekali pengembang-pengembang besar Indonesia melihat potensi pentingnya kehadiran karya seni publik pada suatu kawasan seperti yang ditemukan di kota-kota tadi. Mereka percaya bahwa kehadiran karya seni pada kawasan akan dapat menarik pembeli karena pembeli percaya lingkungan seperti itulah yang dicari.

² Miles. Mike E, Gayle Berens, Marc A.Weiss. Real Estate Development, Principles and Process ULI Urban land Institute, 2000. P366-377.

Pada saat ini, terdapat banyak lingkungan pengembangan perumahan yang menempatkan karya seni di ruang publiknya sebagai strategi tersebut. Seperti yang dilakukan perumahan Citraland di Surabaya hingga Kota Wisata di Cibubur. Karya seni yang demikian disebut *public art*, yaitu karya seni yang diletakkan atau dipamerkan di daerah publik (*public domain*). Karya tersebut biasanya berada di luar bangunan. Walaupun ada juga *public art* yang diletakkan di dalam bangunan.

Pengembang biasanya menempatkan karya seni publik ini berada dalam lingkungan propertinya, seperti di pintu gerbang utama, di persilangan jalan (*round-about*), di taman umum, serta ruang umum lainnya. Sedangkan karya seni publik yang berada di dalam bangunan biasanya diletakkan di lobby hall, atau koridor umum (*passage way*) dari sebuah *club house*.

Karya seni sebagai *public art* tersebut biasanya diletakkan pada tempat yang dapat dicapai oleh setiap orang dengan bebas untuk dapat melihatnya (*Public Art Around the world*)³. Karena tujuan utama dari sebuah karya seni publik ini adalah agar lebih dekat dengan masyarakat. Hal ini berbeda dengan karya seni yang terdapat di museum karena masyarakat hanya dapat menonton karya seni itu saja.



Gambar 1.1 MC PAhipp's Atlanta GA 1
(sumber : Kraus Sikes, The Guild, 1996.
hal 132)



Gambar 1.2 The fountain of the Canal Park, Duluth,
Minnesota
(sumber : Kraus Sikes, The Guild, 1996. hal 183)

³ www.publicartaroundtheworld.com

Kehadiran karya seni publik dimaksudkan untuk menjadi bagian dari komunitas yang mempunyai kekuatan untuk menghidupkan suasana ruang umum dan menyegarkan pikiran. Kehadirannya juga dapat berpengaruh pada lingkungannya karena dapat meningkatkan kegiatan interaksi sosial. Sebuah karya seni publik yang baik, biasanya dapat memberikan makna bagi masyarakat. Dalam hal ini biasanya karya seni publik dapat mengekspresikan kepandaian, pertentangan (*controversial*), kehebatan, kelucuan, bentuk vulgar, sensitif, kehebatan, kekaguman, dan untuk menarik perhatian⁴.

1.2 Pokok Bahasan

Suksesnya pengembang dalam kegiatan bisnis properti dipengaruhi oleh berbagai faktor⁵, yaitu *pasar (market)*. Yang dimaksud dengan pengaruh pasar adalah adanya konsumen yang membutuhkan properti tetapi tergantung dari adanya daya beli masyarakat. Seseorang tidak membeli produksi pengembang jika memang tidak ada yang membutuhkannya. Hal ini disebabkan karena jumlah penduduk yang sedikit, *stock property* yang berlebihan (*over supply*), dan tidak ada kegiatan yang mendorong terciptanya pasar properti.

Faktor berikutnya adalah *lokasi kawasan pengembangan*. Sering sekali faktor suksesnya sebuah produk *real estate* adalah lokasi yang tepat. Lokasi dengan kemudahan akses, kondisi keamanan, kondisi lingkungan dan letak geografis yang baik akan menarik untuk konsumen. Banyak pengembang gagal karena pengembangan berada di lokasi yang tidak menunjang serta tidak strategis.

Selanjutnya adalah *pendanaan* yaitu kemudahan mendapatkan dana untuk pembayaran, tinggi rendahnya bunga bank. Dukungan pembiayaan yang baik akan menentukan suksesnya sebuah properti. Faktor *perancangan (design) lingkungan dan bangunan* juga ikut mempengaruhi kesuksesan sebuah pengembang. Biasanya

⁴ www.publicartaroundtheworld.com

⁵ Garvin Alexander. *American City*, Mc Graw Hill 1996. Hal 10-21

perancangan yang kurang menarik akan ditinggalkan oleh pembeli untuk beralih pada perancangan yang lebih baik. Sebaliknya dengan perencanaan yang baik sebuah lingkungan perumahan bisa menjadi tempat yang ideal bagi pembeli.

Faktor berikutnya adalah *entrepreneurship* yaitu pengelolaan pengembangan properti, pemasaran, pengelolaan lingkungan meliputi keamanan, sampah, fasilitas bersama yang akan menjadi pilihan konsumen. Yang terakhir adalah fasilitas ruang terbuka (taman) untuk umum berupa **ruang publik (*public space*) dan karya seni**. Pada saat ini tersedianya fasilitas ruang publik dan karya seni telah menjadi kebutuhan umum. Karya seni dianggap bagian dari *amenities* dan dapat memberikan *image* positif masyarakat pada penghuninya. Tidak mengherankan kalau karya seni dapat meningkatkan pemasaran, dan nilai properti.

Tetapi, faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan properti (*real estate*) tidak dapat ditentukan dengan mudah karena untuk tiap pengembang faktor keberhasilannya tidak selalu sama. Keberhasilan juga dapat ditentukan oleh beberapa faktor secara bersamaan dan bersinergi.

Sebagai seorang seniman patung, saya telah sering mendapat kesempatan menghadirkan karya saya pada kepentingan publik. Karya-karya patung tersebut dipesan oleh klien yang selanjutnya ditempatkan pada ruang publik. Klien berkeyakinan karya tersebut dapat meningkatkan nilai dari properti di mana karya patung tersebut berada. Memang penugasan karya seni publik kepada saya selama ini sifatnya masih kepada bagaimana pengembang melihat peluang karya seni memberi pengaruh positif dari produk mereka. Penugasan tersebut sifatnya bukan keharusan yang terikat dengan peraturan yang harus diikuti. Oleh sebab itu tesis ini akan membahas mengenai keberadaan karya seni pada suatu produk perumahan. Pertanyaan utama pada tesis ini adalah

Apakah keberadaan karya seni dikawasan perumahan masyarakat menengah atas dapat meningkatkan keberhasilan pengembangan *real estate*?

Keberhasilan pengembangan *real estate* adalah pada saat *real estate* tersebut menjadi pilihan pembeli untuk bertempat tinggal. Apakah dengan adanya karya seni, properti yang dikembangkan menjadi salah satu dasar dalam pemilihan rumah tinggal.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana keberadaan karya seni dapat meningkatkan suksesnya pengembangan *real estate*. Jika pengaruhnya mempunyai dampak positif dari keberhasilan pengembang, maka diharapkan keberadaan karya seni dapat berpengaruh terhadap masyarakat. Bukan hanya dianggap sebagai kebutuhan masyarakat dalam mencerminkan kematangan, identitas dan nilai lingkungan, melainkan juga akan menjadi bagian dari strategi pemasaran, yang berdampak positif terhadap perkembangan seni dan budaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam mendesain dan mengatur strategi pengembangan *real estate* terkait dengan kehadiran karya seni. Sehingga dengan kehadiran karya seni dapat memberikan nilai positif pada karakter, emosi dan nilai sosial bagi masyarakat. Selain itu, dapat memberikan gambaran yang luas kepada masyarakat pada umumnya mengenai seni dan karya seni.

1.5 Urutan penulisan

Tesis ini terdiri dari lima bab dengan urutan dari penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang yang menjadi dasar pembahasan tesis, pokok bahasan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan urutan penulisan tesis.

BAB 2 SENI PUBLIK DALAM *REAL ESTATE*

Bab ini memaparkan pandangan atau teori mengenai pengertian seni, elemen seni, fungsi seni dalam ruang publik, karya seni publik (*public art*), karya seni dan pengembangan *real estate*. Kemudian yang terakhir adalah memaparkan pandangan dan teori mengenai karya seni publik dan pembiayaan.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan mengenai metode pendekatan penelitian, gambaran umum lokasi penelitian, sampel penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

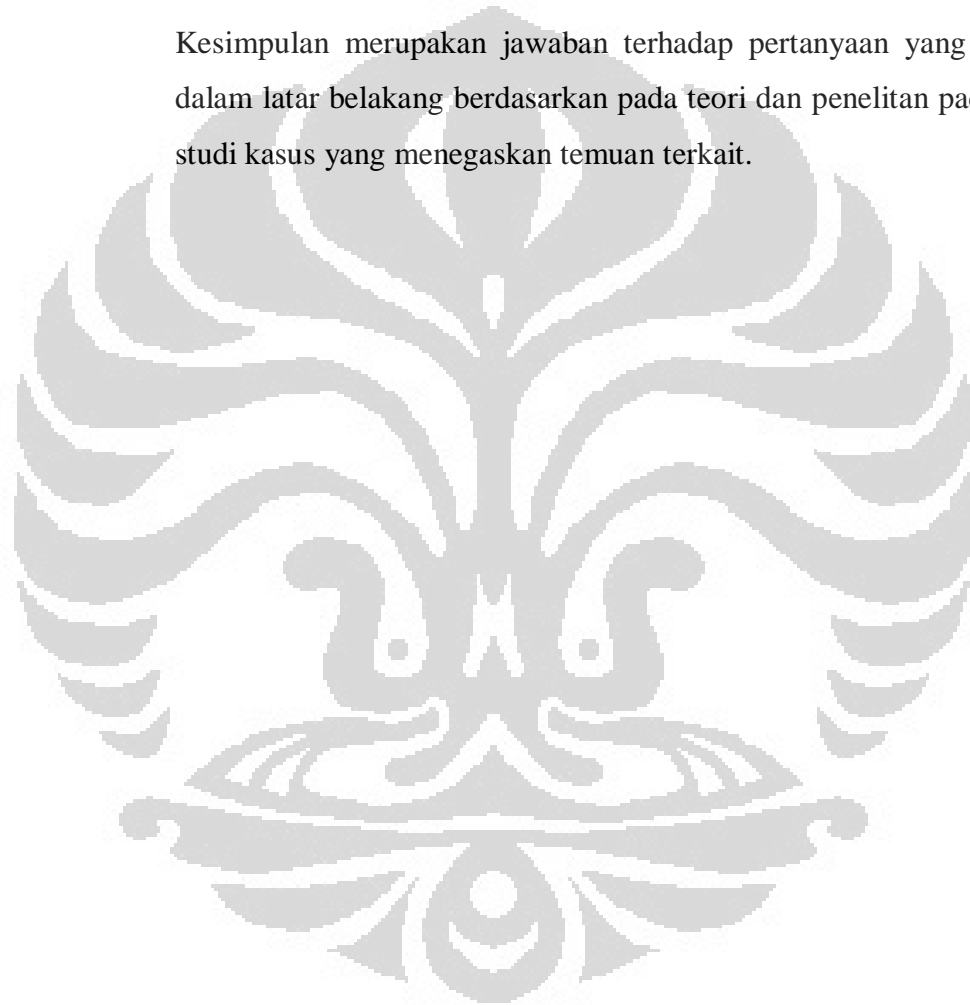
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pemaparan dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan pada kedua studi kasus. Pemaparan hasil penelitian tersebut yaitu faktor-faktor pertimbangan dalam pemilihan tempat tinggal, faktor yang menjadi pertimbangan utama, kelebihan kompleks perumahan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain, perbandingan responden dari kompleks perumahan dengan karya seni

dan responden dari kompleks perumahan tanpa karya seni, dan pendapat mengenai karya seni dalam kompleks perumahan. Sedangkan pada bagian akhir adalah pembahasan mengenai apakah kehadiran karya seni dapat memberikan kontribusi bagi *real estate*?

BAB 5 KESIMPULAN

Kesimpulan merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang terdapat dalam latar belakang berdasarkan pada teori dan penelitian pada kedua studi kasus yang menegaskan temuan terkait.



BAB 2

SENI PUBLIK DALAM REAL ESTATE

2.1 Real Estate

Latar belakang utama dari kegiatan *real estate* adalah bagaimana meningkatkan nilai suatu properti baik secara fisik maupun non fisik. Peningkatan nilai suatu properti biasanya dilakukan dengan mengubah lahan atau tanah yang kurang aktif atau kosong dengan menjadikannya bangunan sehingga terjadi margin keuntungan. Keberhasilan pengembangan *real estate* ditentukan oleh proses yang didasari pada prinsip pasar dan penelitian akan pasar. Ada delapan tahap penting yang mendasari keberhasilan pengembangan *real estate* tersebut yaitu tahap ide awal, tahap penajaman ide, tahap kelayakan, tahap negosiasi kontrak, tahap pembuatan perjanjian, tahap pelaksanaan, tahap setelah selesai dan pembukaan dan tahap manajemen properti, modal dan *portfolio*⁶.

Tahap pertama adalah lahirnya ide awal. Pada tahap ini pengembang harus dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pembeli bangunan. Kemudian barulah pengembang dapat membangunnya dan berusaha untuk menarik pembeli untuk memiliki atau menyewanya.

Tahap kedua adalah penajaman ide yaitu dengan mengembangkan tujuan yang jelas. Dalam pengembangan ide, kegiatan yang dilakukan dimulai dari studi pasar tentang peraturan setempat dan persaingan yang ada. Kemudian menganalisa pasar setempat dari data penduduk, keadaan ekonomi dan kondisi sosial termasuk melakukan penelitian terhadap saingan usaha, yaitu proyek yang sama dan lokasi yang bersaing.

⁶ Mike E. Miles, Gayle Berens, and Marc A Weiss. Real Estate Development: Principles and Process. Washington DC: ULI, 2000. hal. 349

Tahap ketiga adalah studi kelayakan berupa pendekatan yang rasional tentang analisa keberhasilan *real estate*. Sebuah proyek dianggap layak jika analisis *real estate* menentukan bahwa hal itu memuaskan. Setiap tindakan yang dipilih telah teruji dan cocok dengan ketentuan dan kondisi yang terbatas.

Tahap keempat adalah negosiasi kontrak. Dalam tahap ini yang terpenting adalah masalah keuangan dengan memperhatikan masalah lingkungan. Besarnya biaya yang diperlukan pada setiap kegiatan harus diketahui sebelum perjanjian tentang keuangan dan pembiayaan ditandatangani. Makin berkurang ketidakpastian makin kecil resiko yang akan terjadi pada pemodal. Selain itu, bunga dan persyaratan keuangan yang didapat akan lebih baik.

Tahap kelima adalah komitmen resmi (*formal commitment*). Komitmen resmi diperlukan karena seringkali pemodal tidak mau meminjamkan uangnya jika tidak ada jaminan yang jelas. Jaminan tersebut berupa suatu perjanjian bahwa calon pembeli utama akan membelinya. Pengembang juga tidak mau membuat kontrak dengan kontraktor jika tidak ada jaminan berupa perjanjian antara kontraktor dengan pemodal. Perjanjian tersebut adalah perjanjian yang menyatakan bahwa terdapat cukup dana untuk pelaksanaan bangunan. Oleh karena itu, kontrak mulai dari penyediaan lahan, pemodal, hingga pemborong harus jelas dengan mengacu pada analisis studi kelayakan.

Tahap keenam adalah pelaksanaan. Tahap ini pada dasarnya dibagi atas tahap pelaksanaan terkait aktor yang terlibat dalam pembangunan, operasional dan aktor yang terlibat dalam pemasaran. Dalam tahap pelaksanaan pembangunan melibatkan banyak tenaga ahli termasuk ahli pencahayaan, akustik, struktur, interior, MEP, estimator dan tentu saja arsitek. Sedangkan dalam operasional pelaksanaan diperlukan pengelola proyek yang akan mengelola pelaksanaan dan pengawas proyek yang akan mengawasi pelaksanaan dari segi teknik. Pengelola pemasaran diperlukan selama pelaksanaan untuk mendapatkan calon pembeli yang dapat segera membeli ketika bangunan selesai dibangun.

Tahap ketujuh adalah tahap penyelesaian dan pembukaan proyek. Tahap ini melibatkan pemerintah daerah terkait dengan masalah penyambungan listrik, saluran telepon, dan utilitas lainnya. Para pekerja operasional harus sudah siap sebelum pembukaan proyek. Sedangkan bagian pemasaran harus aktif menyiapkan pemasaran dan promosi sebelum pembangunan selesai.

Tahap kedelapan adalah manajemen. Manajemen *real estate* yang terdiri dari kepemilikan, modal dan surat berharga sangat menentukan dalam meningkatkan nilai proyek. Tahap ini menentukan kekuatan reputasi dari pengembang. Tahap ini juga merupakan cermin bagi keberlanjutan usaha pengembang.

Kedelapan tahap di atas harus dilihat secara menyeluruh. Semua tahapan merupakan siklus yang saling terkait. Keberhasilan pengembang properti seringkali dikaitkan pada bagaimana pengembang melihat siklus pembelajaran dari kedelapan tahap dan menggunakan *input* pengetahuan baru tersebut pada siklus yang dimanfaatkan pada proyek-proyek baru.

Kewajiban dari pengembang *real estate* tidaklah terbatas pada pengembangan unit rumah yang akan dibeli oleh masyarakat. Pada dasarnya pengembangan suatu *real estate* meliputi pengembangan lahan properti yang terbagi menjadi dua yaitu lahan *privat* dan lahan publik. Lahan *privat* adalah lahan tempat didirikan bangunan tempat tinggal yang kemudian secara langsung dijual kepada pembeli dengan kepemilikan yang jelas, yaitu kepemilikan *privat*. Lahan publik adalah lahan yang tidak dijual secara langsung kepada pembeli, dan merupakan lahan yang dikembangkan sebagai fasilitas umum (fasum) untuk melayani penghuni. Walaupun secara perhitungan lahan tersebut sesungguhnya termasuk yang dijual kepada pembeli, kepemilikannya merupakan milik publik. Pengembangan lahan publik seringkali tidak mendapat perhatian yang cukup, padahal jika dilakukan dengan benar, maka lahan publik ini dapat mendukung peningkatan nilai suatu *real estate*.

Dikaitkan dengan delapan tahap pengembangan *real estate*, ruang publik yang ada pada suatu properti seharusnya dapat memberikan kontribusi pada tahap pertama

Universitas Indonesia

hingga ketiga, yaitu pada tahap berkembangnya ide hingga studi kelayakan dari sebuah *real estate*. Sehingga menjadi penting untuk mengkaji peranan ruang publik dan elemen-elemennya dalam meningkatkan nilai dari sebuah *real estate*. Peranan ruang publik perlu menjadi pertimbangan dalam perencanaan pengembangan *real estate*.

Tesis ini akan menjabarkan pentingnya pengembangan ruang publik sebagai peningkatan nilai dari suatu properti. Lebih khusus lagi adalah bagaimana seni memberikan kontribusi pada lahan publik pada suatu perumahan yang akan dijelaskan di bawah ini.

2.2 Pengertian Seni

Kata seni, atau dalam bahasa Inggris disebut *art*, memiliki asal kata dari bahasa latin yaitu *ars*, yang berarti penyusunan atau penataan. Pemahaman seni selalu dan masih berkembang karena manusia selalu berinteraksi dengan seni dan menemukan hal-hal baru di dalam seni. Pada masa klasik Yunani, Plato (428-348) mengemukakan bahwa seni mencakup dua unsur penting, yaitu pengetahuan dan keterampilan. Pengetahuan penggunaan bahan, ukuran dan proporsi, yang dapat menimbulkan harmoni, sehingga menjadi indah dan memberikan kesenangan serta kepuasan bagi pengamatnya.

Sekitar tahun 1750, Filsuf Jerman, Alexander Baumgarten menciptakan kata “*Aestetika*” dalam bahasa Yunani kuno “*Aethonoma*” artinya “menikmati”. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh Filsuf Jerman Immanuel Kant (1724-1804) sehingga estetika menjadi cabang ilmu pengetahuan yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan dan semua aspeknya.

Seni adalah kemampuan manusia untuk melakukan pekerjaan kreatif. Prinsipnya membuat atau melakukan sesuatu yang menampilkan bentuk, keindahan, dan persepsi

visual.⁷ Seorang filsuf estetika, Susanne Langer (1950), menyatakan bahwa seni merupakan kreasi dari bentuk yang mewakili simbol perasaan.

Dari pengertian di atas dapat dilihat bahwa seni merupakan kegiatan manusia yang tercipta dari penyaluran jiwa manusia oleh bantuan indera-inderanya untuk mengkomunikasikan atau mengekspresikan maksud pembuatnya sehingga tercipta keindahan. Oleh karenanya, seni merupakan kebutuhan manusia, manusia membutuhkan kehadiran seni dalam hidupnya: *“art is part of us and we are part of art, Mind and art are one”*.⁸

Dalam kamus Webster, keindahan dijelaskan sebagai kualitas yang berhubungan dengan sesuatu yang menyenangkan serta memuaskan rasa atau pikiran. Kualitas keindahan yang dihadirkan dihasilkan oleh garis, warna, bentuk maupun sikap.



Gambar 2.1 Community public sculpture
(sumber: [http:// modern sculpture.com](http://modernsculpture.com))

Seni yang menampilkan keindahan akan membuat pikiran kita lebih baik, memuaskan rasa dan memenuhi kebutuhan fisiologis manusia. Seni pun dibutuhkan dalam ruang

⁷ Neufeldt & David B. Gurainik, Webster New World Dictionary, New York, 1989, hal.78

⁸ Robert L.Solso,Cognition and The Visual Art, The MIT press, 1999, hal.XV

gerak manusia karena seni yang dapat dinikmati kehadirannya akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan di dalam sebuah ruang.⁹

2.3 Elemen Seni

Seni berdasarkan wujudnya, dapat dibagi menjadi dua. Wujud yang pertama adalah yang bersifat dinamis, sehingga manusia dapat mengungkapkan perasaannya lewat gerakan. Wujud ini disebut *temporal arts*. Sedangkan wujud yang kedua adalah yang bersifat statis, tidak berubah, yang disebut sebagai *spatial arts*.¹⁰

Temporal arts terbagi menjadi beberapa macam, yang termasuk di dalamnya adalah musik, puisi, tari dan drama. Musik adalah seni yang mengubah bunyi menjadi komposisi yang kohesif dan terstruktur. Puisi adalah seni yang mengkomposisikan kata, bahasa, dan dipadu dengan irama. Tari adalah seni olah tubuh secara ritmik. Sedangkan drama adalah komposisi yang mempresentasikan sebuah cerita dalam dialog-dialog dan dibawakan oleh aktor. Seni jenis ini memperoleh kesatuannya lewat manipulasi dari suara atau bentuk pergerakan pada suatu durasi waktu.

Spatial arts terbagi menjadi beberapa macam yang di dalamnya termasuk seni pahat, seni lukis, seni bangunan dan seni instalasi. Seni pahat adalah seni yang berhubungan dengan pahatan, ukiran, bentuknya dapat bersifat natural (dari bentuk yang ada di alam) maupun abstrak. Seni pahat mempunyai bentuk tiga dimensi.

⁹ Andrew Alpem.AIA, Handbook of Specialty Elements in Architecture,USA : McGraw-Hill,1982, Hal.16

¹⁰ Raymond S.Stities, The Arts and Man, London : Mc.Graw-Hill, 1940, hal 24.



Gambar 2.2 Angel, Rome. Global Vista.
(sumber: [http:// www.publicartaroundtheworld.com](http://www.publicartaroundtheworld.com))

Sedangkan seni lukis adalah gambar atau desain berupa lukisan, dapat berupa natural maupun abstrak. Seni lukis berbentuk dua dimensi. Seni bangunan atau arsitektur adalah seni dan ilmu merancang serta membuat konstruksi bangunan, hasilnya berbentuk tiga dimensi.



Gambar 2.3 Frank O Gehry, Guggenheim Museum, Bilbao, Spain Konneman.
(sumber: *The World Contemporary Architecture*, 2000)

Sedangkan seni instalasi adalah seni kontemporer yang berkembang sekitar tahun 1950. Seni ini merupakan sistem pemasangan rangkaian atau jaringan massa yang bersifat sementara dan berbentuk tiga dimensi. Seni jenis ini memperoleh kesatuannya lewat manipulasi material dalam ruang.

Pada tesis ini akan membahas seni yang terkait *spatial* terutama hubungannya dengan kehadiran seni instalasi dalam seni bangunan, apakah dengan mengaitkan kedua hal tersebut dapat memberikan makna positif pada *value* pengembangan properti.

Universitas Indonesia

Di sisi lain, seni dapat menggugah emosi manusia, dapat menggetarkan perasaan estetika ataupun moral¹¹. Emosi yang disampaikan kepada kita oleh sang seniman dapat tercapai apabila di dalam seni di atas diterapkan elemen emosional yaitu irama, massa, ruang, cahaya dan bayangan, warna, serta gabungan antara massa dan ruang.¹² Irama terbentuk dari elemen-elemen objek seni. Biasanya irama dihadirkan dari garis atau bentuk pada *spatial arts* dan nada atau gerak pada *temporal arts*. Massa adalah saat sebuah objek telah dihadirkan sedemikian rupa sehingga kita dapat merasakan kekuatan dari gerakannya. Selanjutnya ruang, ruang di sini adalah kedalaman yang dihasilkan dari komposisi bidang pada *spatial arts* ataupun ruang imajiner pada *temporal arts*. Sedangkan cahaya dan bayangan adalah perasaan seseorang terhadap objek yang sama yang dapat berubah akibat pengaruh dari pencahayaannya. Hampir sama halnya dengan cahaya dan bayangan, warna juga terkait dengan perasaan seseorang. Warna dapat memberikan efek emosional yang misalnya digambarkan dengan keceriaan, ataupun melankolis.

Selain itu, juga terdapat gabungan antara elemen emosional yang telah dijelaskan di atas. Gabungan tersebut yaitu gabungan antara massa dan ruang, inklinasi yang tertangkap oleh mata dari bidang objek, efeknya biasa disebut kedalam (*depth of field*), apakah terasa mendekati atau menjauh dari kita.

Elemen-elemen emosional di atas tidak dapat berdiri sendiri melainkan merupakan sebuah kesatuan komposisi sehingga kemudian dapat menjadi alat yang menjelaskan seni tersebut yang akan menimbulkan persepsi bagi yang melihatnya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, persepsi yang ditimbulkan oleh seni tidak selalu sama pada setiap orang. Seni selalu dilihat dalam konteksnya, menurut para ilmuwan kognitif, konteks tersebut mencakup dua hal yaitu komposisi fisik dari tampilan

¹¹ Doris Chase, *Volumetric Space Frame*, Seattle

¹² Albert Hofstadter, *Philosophies of Art and Beauty*, New York : Random House, 1964

visual, dan sejarah atau pengalaman personal dari pengamatnya.¹³ Hal yang terakhir inilah yang akan membedakan persepsi visual yang dimiliki oleh setiap orang.

Dari penjelasan di atas terdapat dua hal yang mencakup seni pada konteksnya, sehingga seni tidak hanya ditinjau dari proses dalam diri manusia (sensoris) saja, tetapi juga dari objek seni sebagai stimulusnya. Semua benda atau peristiwa yang berhubungan dengan seni mengandung tiga aspek untuk ditinjau, yaitu wujud, struktur dan bobot atau isi.¹⁴ Aspek pertama adalah wujud atau rupa (*appearance*). Wujud atau rupa terdiri atas bentuk (*form*) yang berupa titik, garis, bidang, ruang, terang, dan bayang.

Aspek yang kedua yaitu struktur. Struktur adalah cara bagaimana unsur-unsur dasar dari masing-masing elemen seni berkolaborasi membentuk sebuah wujud. Pada hakekatnya terdapat empat unsur dasar dalam struktur pada setiap karya seni, yaitu keutuhan, penekanan, keseimbangan, dan penampilan. Keutuhan atau kesatuan (*unity*) diperkuat oleh adanya simetri, ritme, dan keselarasan. Pengertian simetri adalah kondisi suatu kesatuan yang terbagi oleh suatu garis sumbu. Ritme adalah pengulangan sesuatu secara teratur, sedangkan keselarasan adalah keharmonisan antara bagian-bagian atau komponen yang disusun.

Unsur dasar yang kedua adalah penekanan (*dominance*) yang bisa dicapai dengan menggunakan asimetris, aritmis dan kontras. Sedangkan yang ketiga adalah keseimbangan (*balance*), maksudnya adalah adanya keseimbangan dari keseluruhan pengaturan elemen seni. Unsur yang terakhir adalah penampilan atau penyajian (*presentation*), yaitu, bagaimana kesenian disajikan atau disuguhkan kepada penonton. Pada penampilan kesenian, yang berperan adalah bakat (*talent*), ketrampilan (*Skill*) dan sarana penunjang lainnya. Bakat merupakan potensi kemampuan khas yang dimiliki oleh seseorang dan didapat dari unsur genetika,

¹³ Robert.L.Solso, *Cognition and the Visual Art*, 1999 The MIT Press hal.101

¹⁴ A.A.M.Djelantik, *Estetika*, hal 8-18

sedangkan keterampilan merupakan kemahiran dalam pelaksanaan sesuatu, yang dapat dicapai dengan latihan dan ketekunan.

Aspek yang terakhir adalah bobot atau isi (*content substance*). Secara umum bobot dalam kesenian dapat diamati dalam tiga hal, yaitu suasana yang ingin ditimbulkan, gagasan atau ide yang merupakan hasil pemikiran atau konsep dan pendapat atau pandangan mengenai sesuatu yang disampaikan, atau pesan yang dianjurkan kepada pengamat dan khalayak ramai.

2.4 Fungsi Seni dalam Ruang Publik

Secara umum, seni menciptakan kepekaan terhadap suatu tempat, mencerminkan kondisi sosial tentang tempat, oleh karenanya seni sering digunakan pada ruang publik untuk memberikan karakter pada ruang tersebut, orang akan mengingat suatu tempat karena karya seni yang dihadirkan pada ruang tersebut.¹⁵

Seni berdasarkan sifatnya dapat dibagi menjadi lima macam, yaitu rekreatif, informatif, komunikatif, edukatif, dan kreatif.¹⁶ Rekreatif adalah sifat seni yang dapat memberikan hiburan dan rekreasi. Biasanya hiburan dan rekreasi tersebut sesuai dengan selera masyarakat yang populer pada saat itu. Seni di sini lebih bersifat komersil. Informatif adalah sifat seni yang dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada pengamatnya.

Lain halnya dengan komunikatif, komunikatif adalah seni yang bersifat dua arah, yaitu antara seniman dan pengamatnya. Edukatif merupakan sifat seni yang hadir dalam rangka pendidikan dan pembinaan apresiasi seni. Sedangkan kreatif adalah sifat seni yang berkaitan dengan tujuan menghasilkan karya-karya baru.

¹⁵ Doris Chase, *Volumetric Space Frame*, Seattle.

¹⁶ Pusat kesenian Jakarta.TIM, *Yayasan Kesenian Jakarta*, 1994, hal 244



Gambar 2.4 Roger Noakes. Anzac, Highway Public Art, Adelaide, Australia

Seni memiliki fungsi yang sangat luas dan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Dari sisi antropologi, seni merupakan salah satu cara untuk meneruskan konsep dan ide kepada generasi manusia selanjutnya untuk mengingat sifatnya sebagai bahasa universal, sehingga dalam kasus ini seni memiliki fungsi sebagai alat mengkomunikasikan emosi.¹⁷

Beberapa fungsi seni publik yang distandarisasikan oleh Art Council adalah dengan adanya kehadiran seni publik dapat membuat sebuah tempat menjadi lebih indah dan menarik. Selain itu kehadiran seni publik khususnya seni kontemporer dapat membuat sebuah tempat menjadi lebih mudah untuk diakses publik. Dengan kata lain, kehadirannya dapat menandakan identitas dari suatu area yang berbeda dari sebuah bangunan maupun dari masyarakatnya. Seni publik juga dapat meningkatkan investasi dari suatu kota, pemerintah maupun perusahaan khususnya di bidang seni. Tak dapat dipungkiri bahwa kehadiran seni publik ini pun dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi para seniman, ahli teknis (*craftsman*), pemasok

¹⁷ Doris Chase, Volumetric Space Frame, Seattle.

barang, pekerja pabrik, perusahaan material dan pengantar barang.¹⁸ Sehingga dapat meningkatkan hubungan baik antara profesi seniman dan ahli teknis serta profesi lainnya yang turut membentuk lingkungan kita, yaitu arsitektur, lansekap, teknis dan desain¹⁹.

Adapun fungsi seni di suatu ruang publik dapat dikategorikan sebagai pemanfaatan suatu area yang dapat dinikmati untuk kegiatan masyarakat, menurut Laurence O. Houstoun, Jr di dalam sebuah majalah *Urban Land*²⁰ kegiatan tersebut diantaranya adalah makan-makan di restoran atau taman, menghirup udara segar, melihat-lihat pemandangan, membawa binatang peliharaannya untuk berjalan jalan, membaca, mendengarkan musik, atau hanya sekedar bersantai. Kegiatan masyarakat lainnya pun juga dapat berupa bersosialisasi dengan yang lainnya seperti mengajak anak-anaknya bermain bola, sekedar membaca, berpacaran, dan lain sebagainya.

Sehingga dapat dikatakan bahwa kehadiran karya seni di area publik dapat mendatangkan keuntungan dan keberhasilan untuk pengembang. Selain itu kehadirannya dapat membudayakan seni agar dapat dinikmati bagi semua unsur dan golongan masyarakat, terutama untuk masyarakat yang tidak mengenal galeri seni.

2.5 Karya Seni Publik (*Public Art*)

Karya seni publik adalah karya seni yang mempunyai hubungan beragam dengan publik. Hubungan karya seni tersebut terkait dengan bentuk yang bisa diduduki, dipegang, dipeluk, disandari, bisa untuk tidur di atasnya bahkan ada juga yang bisa dilewati di bawahnya.

¹⁸ Malcolm Miles : *Art, Space, and the city : public art and urban features*, London,Routledge,1997 hal.110

¹⁹ Arts Council, 1991 hal. 16

²⁰ *Urban Land*, Oct 2006, hal 15



Gambar 2.5 Clarence Dock, Leed city center, UK.
(sumber: <http://yorkshiredailyphoto.com>)

Pada kenyataannya terdapat banyak karya seni di ruang publik yang tujuan utamanya didedikasikan untuk umum, tetapi seringkali publik sendiri tidak diikutsertakan dalam pembentukannya. Sehingga tidak terjadi komunikasi (batin) antara publik dengan karya tersebut. Padahal salah satu tujuan karya seni publik adalah karya yang dapat dengan bebas dinilai, disenangi ataupun dibenci oleh masyarakat yang melihatnya. Sebaliknya karya seni dapat memberikan suasana yang membangkitkan kegembiraan, tanda tanya, kekaguman, penampilan diri, dan berfikir. Oleh karenanya penyertaan masyarakat dalam membuat karya seni untuk umum sangat penting untuk menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*)²¹.

Art and the public do not belong to different categories or stand for entirely different phenomena. Art is public by definition. Works of art are result of actions aimed at the public. Metaphorically, the arena of art is a public space. People do not create art without a desire to communicate. All else is a private matter, a hobby, self-fulfillment.

Ludger Gerdes.-

²¹ www.publicartaroundtheworld.com

Seni dan publik mendasari fenomena yang sama. Karya seni merupakan hasil dari kegiatan yang ditujukan untuk publik, ibaratnya, arena dari seni adalah ruang publik. Manusia menciptakan karya seni dengan maksud untuk mengkomunikasikannya kepada orang lain²², karena manusia memiliki kebutuhan untuk mengekspresikan diri sebagai pernyataan atas eksistensinya dalam publik.

Seni dan publik merupakan dua hal yang saling mengukuhkan. Seni membutuhkan publik untuk dapat mengukuhkan eksistensinya, sehingga kehadiran seni dapat memberikan manfaat yang lebih dari sekedar kepuasan bathin dari sang seniman. Sebaliknya publik, yaitu yang terdiri atas manusia-manusia dan lingkungannya, membutuhkan seni sebagai suatu pengalaman jiwa yang menyenangkan. Selain itu dapat membuat manusia merasa tetap “hidup” karena seni dalam setiap bentuknya memberikan sensasi pada otak dan pikiran manusia, menciptakan hal-hal yang tadinya hanya ada di dalam khayalan, seni dapat memberikan persepsi dan emosi yang berbeda-beda bagi para pengamatnya.²³ Dan manusia dimana pun mereka berada selalu merasakan desakan (*impuls*) oleh sesuatu yang menarik perhatian, keingin tahuan terhadap sesuatu yang berbeda dari hal yang secara umum biasa dan segala sesuatu yang belum diketahuinya, disebut sebagai suatu kebutuhan hidup untuk mengalami sesuatu yang baru agar kehidupannya tidak menjadi monoton.²⁴

Pada saat seni memasuki ruang publik, maka akan tercipta kondisi ketidaksengajaan atau kemungkinan bagi masyarakat umum untuk bertemu dan melihat seni tersebut, membaca tatanan kota, dan pola interaksi masyarakat. Ketiga hal ini dapat bertumpang tindih.²⁵ Kemungkinan tumpang tindih-interaksi tiga unsure ini yang kemudian seringkali dihubungkan dengan keberhasilan penataan ruang kota.

²² .Malcolm Miles : Art, Space, and the city : public art and urban features, London,Routledge,1997 hal.16

²³ Joshua Reynolds, Problems in Aesthetic : Discourse XII,New York,Random House,1964, hal 48

²⁴ A.A.Gerbrands. Arts as Element of Culture, 1957, hal.1

²⁵ Malcolm Miles : Art, Space, and the city : public art and urban features, London,Routledge,1997 hal.16

Seperti yang diutarakan Laurence. O.Houston, Jr., keberhasilan suatu ruang publik akan ditentukan oleh unsur-unsur seni yang tertata rapi di dalam suatu kota.²⁶ William.H.Whyte. juga mengatakan, “ *Given a fine location, it is difficult to design a space that will not attract people, What is remarkable is how often this has been accomplished.*” Menurutny, dalam memberikan atau menyediakan lokasi area publik yang baik atau dapat dikatakan berhasil adalah ditandai dengan bagaimana sering atau banyaknya publik atau masyarakat yang akan datang menikmati area atau ruang publik itu sendiri.

Seorang Sosiolog internasional, Gerhard Schulze, pada bukunya yang berjudul “ *Staging Happiness*” menjelaskan bahwa kehidupan publik masa kini menciptakan tatanan ruang kota yang ditujukan untuk menimbulkan sensasi. Mereka dengan sengaja membuat fasad pada bangunan yang dihidupkan oleh penjual dan pembeli. Fasad tersebut hadir untuk memberikan pengalaman visual yang indah, sebuah momen untuk kesenangan.²⁷ Seni hadir untuk memberikan sensasi, untuk menawarkan re-interpretasi, untuk mengajukan sudut pandang baru dari biasanya.²⁸ Oleh karena itu, seni yang merupakan impuls dinamis sebaiknya dapat menimbulkan respon, menghasilkan reaksi, menciptakan interaksi moral, ataupun sekedar pada batasan keindahan.²⁹

art is getting away from its tradisional setting, we begin to see it all around us, it's not just a visual thing but something in many dimensions a physical, spiritual experience

Miuccia Prada from PRADA.

Pernyataan di atas menyiratkan adanya suatu gejala bahwa saat ini seni hadir di sekitar kita dalam keseharian kita. Seni hadir dalam wujud yang beraneka ragam, namun tetap memberikan pengalaman fisik dan psikis yang menggugah. Seni hadir di

²⁶ Ingredients for successful public space, Urban Land, Special report , Oct' 2006 hal.100.

²⁷ Otto Riewoldt, Retail design, New York, : Te neues,2000 hal.9.

²⁸ Mary Portas, Windows-he Art of Retail Display, New York: Thames & Hudson, 1999, hal.15.

²⁹ Mary Portas, Windows-he Art of Retail Display, New York: Thames & Hudson, 1999, hal 14

jalan-jalan, pada jendela-jendela etalase toko³⁰, seni hadir pada penataan lampu-lampu jalan dan pada furniture jalan, seni hadir di mana-mana. Seolah-olah seni tidak lagi harus dipamerkan hanya di gedung galeri seni ataupun museum. Dinding di sepanjang terowongan jalanpun dapat menjadi ruang pameran bagi seni kontemporer seperti graffiti ataupun mural. Bahkan ruang terbangun dari sebuah kota dapat menjadi tempat bagi objek seni.

Karya seni kontemporer pada ruang publik dapat dinikmati oleh masyarakat umum yang beraneka ragam. Biasanya kebanyakan dari masyarakat umum tersebut tidak memiliki kebiasaan mengunjungi galeri seni.³¹ Sehingga mengakibatkan terjadi pembahasan dan perdebatan dikalangan dunia seni tentang dimana peletakan karya seni yang terbaik. Seperti yang dinyatakan oleh Creswell: Apakah sebuah karya seni sebaiknya diletakkan di galeri sebagai tempat yang layak, atautkah karya seni menjadi karya seni yang bernilai bila terletak di jalanan? Bisakah kita menyebutnya karya seni kalau objek itu ada di jalanan?³²

Malcolm Miles pada bukunya yang berjudul *Art, Space and the City: public art and urban features* mengemukakan bahwa perdebatan itu akan terus berlanjut, yaitu atas pernyataan bahwa peletakan seni di tempat publik harus dan wajib dibarengi dengan pemahaman publik akan seni itu sendiri, sehingga kehadiran seni tidak akan sia-sia dan dapat dinikmati serta dihargai oleh publik.

2.6 Karya Seni dan Pengembangan Real Estate

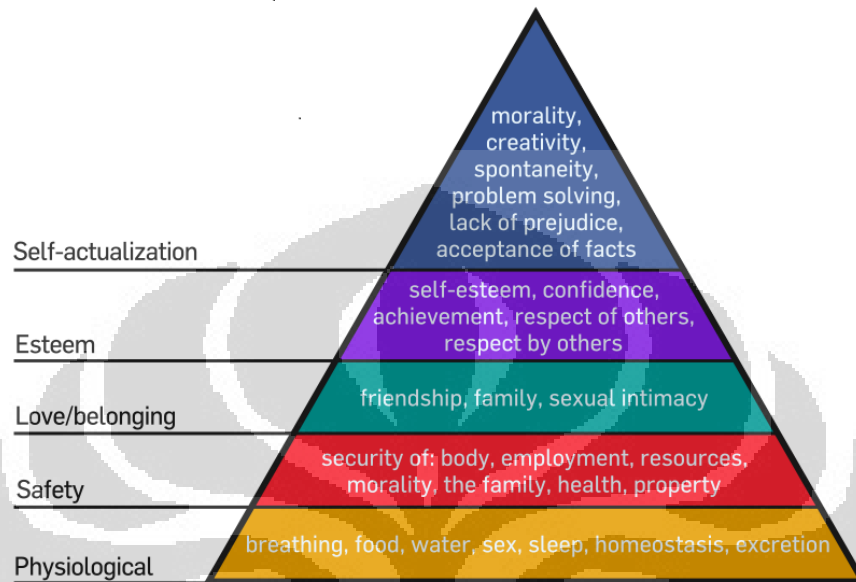
Pengembangan real estate perlu mempertimbangkan aspek kebutuhan penggunanya, dan bagaimana real estate dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Menurut teori

³⁰ Mary Portas, *Windows-the Art of Retail Display*, New York: Thames & Hudson, 1999, hal 8

³¹ Malcolm Miles : *Art, Space, and the city : public art and urban features*, London,Routledge,1997 hal.14

³² Tim Cresswell, *In Place/Out of Place: Geography, Ideology, and Transgression*, University of Minnesota Press, Minnesota, 1996

Maslow³³, manusia memiliki tingkatan kebutuhan mulai dari kebutuhan fisiologis, rasa aman, cinta dan hubungan sosial, harga diri hingga aktualisasi diri.



Gambar 2.6 Hierarki Kebutuhan Menurut Abraham Maslow (1908-1970)
(sumber: [Wikipedia.org/wiki/Abraham Maslow](https://www.wikipedia.org/wiki/Abraham_Maslow))

Dalam pengembangan real estate perlu diketahui sejauh mana tingkat kebutuhan penghuni yang menjadi target pemasaran. Pada kelompok ekonomi menengah ke bawah, tentunya rumah sebagai tempat tinggal masih dianggap sebagai pemenuhan kebutuhan yang mendasar, namun pada kelompok ekonomi yang lebih mapan, kebutuhan akan rumah bukan lagi sekedar untuk tempat berteduh, namun untuk memenuhi tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Sehingga aspek kualitas lingkungan yang baik dan memenuhi kebutuhan sosial, harga diri dan aktualisasi diri perlu menjadi perhatian.

Pada saat ini para pengembang dalam merancang lingkungannya tidak hanya berusaha untuk merancang bangunan dengan baik, tetapi juga berusaha menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dengan ruang-ruang publik yang dirancang lebih baik.

³³ Abraham Maslow, A Theory of Human Motivation, *Psychological Review*, 1943, 50, 370-396

Banyak perumahan yang dikembangkan mengedepankan lingkungan spatial yang baik pada sebuah perumahan didukung dengan kehadiran ruang-ruang publik yang menjanjikan kenyamanan lebih pada pembeli perumahan tersebut. Ide ruang publik yang memberi kesempatan berekreasi kepada keluarga, ruang publik yang hijau sering sekali menjadi jargon penting dalam strategi pengembangan properti tertentu. Ruang publik yang memiliki ciri yang baik akan memberikan kebanggaan lebih kepada penghuninya. Hal ini yang menjadikan seni dalam ruang publik pun menjadi elemen yang krusial, karena dapat memberikan identitas yang kuat bagi prestise sebuah properti.³⁴



Gambar 2.7 Hydraulophone, Ontario, Canada
(sumber: en.wikipedia.org/wiki/publicart)



Gambar 2.8 La Joute, Montreal, Canada
(sumber: en.wikipedia.org/wiki/publicart)

Strategi di atas bisa dimengerti karena ruang publik yang baik pada saat ini menjadi bagian yang penting untuk menarik masyarakat dalam memilih properti tertentu. Hal ini dapat dilihat dari promosi penjualan yang menjadikan ruang publik sebagai salah satu bagian yang penting dalam menarik pembeli. Sering sekali tanpa mengatakannya secara langsung kepada pembeli, untuk meningkatkan nilai (*value*) ruang publik tidak jarang pengembang menempatkan karya seni dalam ruang publik tersebut. Tujuan utama dari peletakkan karya seni dalam ruang publik tersebut setidaknya demi tercapainya kualitas lingkungan yang menarik dan baik masyarakat. Pembeli seolah diajak ikut masuk pada sebuah lingkungan yang memberi *value* yang tinggi, sebuah

³⁴ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publisher, Oxford, 1995, hal.151

lingkungan perumahan dengan tingkat kebudayaan tinggi. Semakin terlihat hubungan ruang-seni dilibatkan dalam sebuah properti semakin terasa pertise properti tersebut.³⁵

Dalam pelaksanaannya setiap pengembang menggunakan cara yang berbeda baik dalam tempat, bentuk, bahan dan tema/konsep hingga seniman yang membuat karya seni tersebut. Dengan adanya perbedaan tersebut akan memiliki dampak kualitas lingkungan yang juga akan berbeda. Sehingga dalam hal ini kita dapat melihat pengaruhnya terhadap masyarakat terutama yang bermaksud untuk memilih properti yang akan dibeli atau dihuninya, antara properti yang mempunyai ruang publik dengan karya seni atau tidak. Antara bentuk karya seni yang satu dengan bentuk karya seni yang lainnya termasuk tempat, bahan dan konsepnya. Menurut Sharon Zukin, karya seni yang menjadi bagian dari rancangan lingkungan pengembangan bisa membentuk *image* positif lingkungannya, sebuah *culture* baru.³⁶ Pada akhirnya karya seninya akan menjadi *icon* di lingkungan tersebut.

2.7 Karya Seni Publik dan Pembiayaan

Di dalam pengembangan *real estate*, keberadaan ruang publik menjadi daya tarik untuk dipilih oleh pengguna (konsumen) dan suatu yang diharuskan berdasarkan peraturan. Keberadaan karya seni di ruang publik di negara maju telah menjadi bagian dari pembangunan satu gedung, biayanya menjadi bagian dari biaya bangunan sebesar 0,5% sampai 1% dari biaya konstruksi³⁷. Di Indonesia pembuatan karya seni biasanya atas prakarsa pengembang bukan dari penghuni atau masyarakat. Biaya untuk karya seni tersebut seolah diberikan oleh pengembang, akan tetapi pada kenyataannya biaya tersebut dibebankan pada masyarakat atau penghuni lingkungan pengembangan yang menjadi bagian dari harga propertinya.

³⁵ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publisher, Oxford, 1995, hal.119

³⁶ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publisher, Oxford, 1995, hal.119

³⁷ Lois G. Redstone, *Public Art*. Mc Graw Hill, 1981. hal. v

Walaupun setiap pengembang mempunyai distribusi pembiayaan yang berbeda tergantung pada penampilan atau citra yang akan dijual, namun pada dasarnya penentuan biaya akan meliputi banyak elemen yaitu:³⁸

- *Land cost*
- *Site development costs*
- *Design fees: architecture, engineering*
- *Hard costs: by categories (buildings, landscape, interior), labor and material*
- *Permitting costs*
- *Financing costs: permanent loan commitment fees, construction interest, construction loan fees*
- *Marketing costs: promotion, advertising, leasing commissions, brokers' fees*
- *Preopening operating costs*
- *Legal fees*
- *Accounting costs*
- *Field supervision (inspection) costs*
- *Overhead*
- *Contingencies*
- *Development fees*

Pada dasarnya biaya yang digunakan untuk membangun karya seni pada bangunan pemerintah merupakan biaya publik dan karyanya untuk publik. Untuk pengembang real estate, jika biaya untuk karya seni menjadi biaya pembangunan (*construction*), maka nilai biaya pelaksanaan akan meningkat dan harus menjadi bagian dari perhitungan *financing costs*.

Akan tetapi menurut Sharon Zukin “*higher property values in turn suggested different uses...*”.³⁹ Menurut saya pernyataan ini juga dapat dilihat sebaliknya,

³⁸ Mike E. Miles, Gayle Berens, and Marc A Weiss. Real Estate Development: Principles and Process. Washington DC: ULI, 2000. hal. 349

peningkatan *value* dilakukan ditujukan untuk menjaring kelas yang berbeda, kelas yang lebih tinggi, karena kelompok masyarakat tersebut menginginkan *value* yang lebih tinggi. Disinilah terlihat pentingnya kehadiran karya seni sebagai peningkatan *value*.

Biaya pembuatan karya seni dapat juga menjadi bagian dari *marketing costs*, akan tetapi selama menjadi bagian dari pembiayaan, akan terkena beban *financial interest*. Oleh karenanya karya seni pada pengembangan *real estate* akan menjadi karya seni dengan biaya tinggi yang akhirnya biaya akan dibebankan pada pembeli atau konsumen.

Di Indonesia, biaya untuk karya seni yang menjadi bagian dari biaya pembangunan bukan satu keharusan ataupun kebiasaan. Keberadaannya kalau ada lebih karena inisiatif kepala kantor, atau pimpinan pengembang, karena *market driven* (permintaan pasar). Oleh karenanya menjadi menarik untuk mempelajari hubungan keberadaan karya seni publik terhadap lingkungan perumahan dan terhadap nilai properti. Khususnya bagaimana *image* kehadiran karya seni ini terkait dengan *value* pada perumahan dari sudut pandang pembeli .

Tesis ini membahas kehadiran seni dilihat dari sisi konsumen, karena konsumen yang menentukan keberhasilan dari sebuah produk properti yang dipasarkan di masyarakat. Dampak karya seni terhadap masyarakat telah diketahui secara luas bahwa hal tersebut memberikan nilai positif, akan tetapi dampak terhadap nilai properti masih kurang yang membahasnya. Walaupun ada informasi tersebut masih sedikit dan bersifat kualitatif. Sehingga menjadi penting untuk melakukan sebuah penelitian yang melihat hubungan karya seni dan nilai sebuah properti secara kuantitatif yang akan dibahas dalam bab selanjutnya.

³⁹ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publisher, Oxford, 1995, hal.121

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang merupakan sebuah bentuk studi pasar untuk memahami keinginan dan persepsi dari pembeli produk *real estate*. Secara khusus penelitian ini berupaya mendeteksi sejauh mana keberadaan karya seni di kompleks perumahan diapresiasi oleh masyarakat. Apresiasi masyarakat yang dimaksud terkait dengan dasar pemilihan tempat tinggal oleh masyarakat di lokasi yang mereka tinggali pada saat ini. Dalam penelitian ini dilakukan penelaahan terhadap persepsi masyarakat mengenai kompleks perumahan mereka secara umum dan keterkaitan dengan kehadiran karya seni. Metode ini dilakukan karena variabel yang diteliti tidak dapat dilakukan dengan metode eksperimental dan tidak dapat dimanipulasikan.⁴⁰ Hasil yang diharapkan adalah berupa gambaran apresiasi masyarakat mengenai kehadiran karya seni di sebuah proyek *real estate*.

3.2 Sampel Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah kawasan *real estate* yang dapat menghasilkan jawaban tentang pengaruh keberadaan karya seni publik dalam pemilihan tempat tinggal. Untuk itu dipilih dua lokasi sebagai objek penelitian. Lokasi yang pertama adalah Kota Wisata, yang berlokasi di daerah Cileungsi, Cibubur, dan kabupaten Bogor dan Raffles Hills, di daerah yang sama.

Penelitian dilakukan terhadap sampel responden yang terdiri dari dua kelompok. Kelompok pertama terdiri dari penghuni lokasi perumahan Kota Wisata dan Raffles

⁴⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Proyek Pengembangan Institut Pendidikan Tinggi 1985/86 Metoda Penelitian, hal 13-14.

Hills, yang dipilih secara random dari berbagai *cluster* perumahan di kedua lokasi tersebut. Kelompok pertama mewakili kelompok masyarakat yang tinggal di lokasi perumahan yang memang dikembangkan dengan kualitas perumahan yang baik. Kelompok kedua adalah mereka yang tidak tinggal dalam kompleks perumahan. Dengan mengambil kedua kelompok ini sebagai sampel penelitian, diharapkan dapat dilakukan perbandingan apresiasi mereka terkait kehadiran karya seni di kompleks perumahan. Jumlah sampel penelitian adalah 98 orang responden, yang terdiri dari 38 orang yang tinggal di dalam kompleks perumahan dan 60 orang yang tidak tinggal di dalam kompleks perumahan.

3.3 Gambaran Umum Objek Penelitian

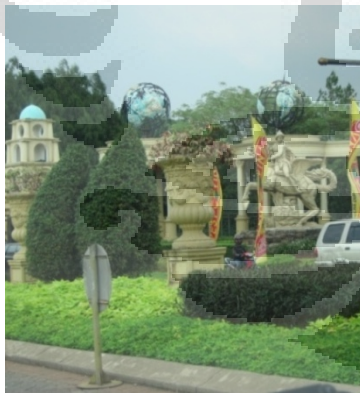
Kota Wisata Cileungsi merupakan proyek *real estate* yang pada dasarnya mempunyai fasilitas yang lengkap, meliputi sarana umum yang terdiri dari pasar swalayan, sarana pendidikan, sarana rekreasi, *sport club*, sarana ibadah, sarana transportasi dan karya seni di ruang publik (taman). Perancangan lingkungan dan rumah dibuat khusus dengan jalan utama yang lebar (55m) dan perumahan di dalam kelompok (*cluster*).



Gambar 3.1 Area Kota Wisata
(sumber:<http://www.kota-wisata.com>)

Kota Wisata memiliki luas daerah pengembangan sebesar 380 hektar. Pelaksanaan pengembangan Kota Wisata ini dimulai pada bulan Juli tahun 1997. Pembagian *cluster* dalam Kota Wisata terbagi atas 40 buah *cluster*. Masing-masing *cluster* ini diberi nama yang berkaitan dengan kota tujuan wisata internasional. Secara keseluruhan Kota Wisata merupakan pengembangan perumahan, pertokoan dan kios yang berjumlah sebanyak 9500 unit dengan jumlah yang sudah terbangun sebanyak 8000 unit. Penghuni *real estate* Kota Wisata kira-kira berjumlah sebanyak 6000 orang dengan tingkat sosial penghuninya merupakan tingkat penghasilan menengah dan atas.

Suasana yang tercipta di lingkungan Kota Wisata secara keseluruhan diadaptasi dari berbagai macam kota tujuan wisata internasional. Hal ini juga terlihat pada *billboard* penanda lokasi kota wisata yang terletak di Jalan Raya Cileungsi. Pada pintu masuknya pun didesain dengan gaya ciri khas kota tujuan wisata internasional dan dilengkapi dengan tumbuhan-tumbuhan hijau yang rindang. Selain itu, gaya yang menyerupai ciri khas kota tujuan wisata internasional juga dapat ditemukan pada pintu masuk atau gerbang setiap *cluster*.



Gambar 3.2 Suasana pintu masuk Kota Wisata
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.3 Suasana Pintu Masuk Cluster Kota Wisata
(sumber: dokumentasi pribadi)

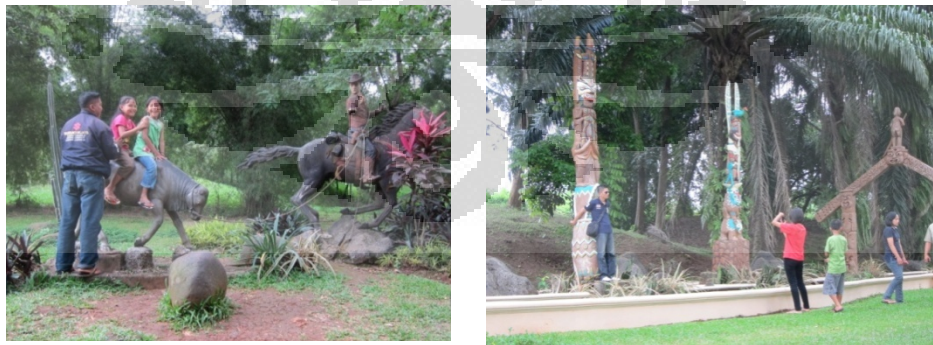
Selain itu, di area publik lingkungan Kota Wisata ini ditemukan adanya karya seni yang terletak di bundaran (*roundabout*) dan taman. Kehadiran karya seni pun dijadikan sebagai area bermain anak (*playground*).



Gambar 3.4 Karya Seni di Ruang Publik (*roundabout*)
(sumber: dokumentasi pribadi)

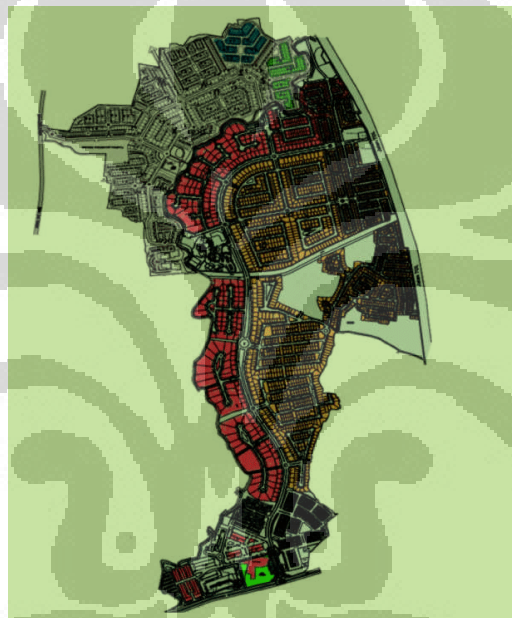


Gambar 3.5 Karya Seni di Taman
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.6 Karya Seni sebagai area bermain (*playground*)
(sumber: dokumentasi pribadi)

Lokasi penelitian selanjutnya adalah Raffles Hills, Cibubur dengan luas sebesar 150 hektar. Raffles Hills memiliki lokasi yang strategis yaitu terletak hanya 900 m dari pintu gerbang tol Cibubur dan hanya memakan waktu sekitar 15 menit dari kota Jakarta. Beberapa tipe rumah yang ada di Perumahan ini memiliki ciri khas modern yang tak lepas dari estetika dan sentuhan alam. Fasilitas yang disediakan pun cukup beragam mulai dari restoran, *sport club*, *spa treatment*, hingga fasilitas pendidikan.



Gambar 3.7 Area Raffles Hills
(sumber: <http://www.raffleshills.co.id>)

Pintu Gerbang pada Raffles Hills didesain khusus sebagai penanda identitasnya. Terlihat bahwa elemen-elemen hijau juga dihadirkan di pintu gerbang ini. Selain itu, pada taman publik juga ditemukan bundaran berupa taman hijau tanpa karya seni. Hal ini sangat berbeda dengan yang ditemukan di Kota Wisata.



Gambar 3.8 Pintu Gerbang Raffles Hills
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.9 Bundaran (*roundabout*) Raffles Hills
(sumber: dokumentasi pribadi)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Versi pertama kuesioner terdiri dari sembilan variabel yang kemudian dipersempit menjadi empat variabel yang merupakan atribut dari properti *real estate*:

- Bentuk bangunan dan lingkungan
- Adanya karya seni
- Harga yang terjangkau

- Cara pembayaran

Dua variabel pertama berkaitan dengan lingkungan fisik dari kompleks perumahan, dan dua variabel lain berkaitan dengan nilai jual properti. Dengan menggunakan keempat variabel tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana karya seni memberikan kontribusi positif pada sebuah kompleks perumahan, bila dibandingkan dengan aspek-aspek yang lain, dari sudut pandang masyarakat pembeli produk *real estate*.

Di dalam kuesioner, responden diminta untuk memberikan pendapat mereka terhadap keempat aspek tersebut, sejauh mana mereka beranggapan setiap aspek tersebut penting sebagai pertimbangan dalam memilih tempat tinggal. Selain penilaian dalam keempat aspek tersebut, responden juga diminta untuk menyebutkan mana dari keempat aspek tersebut yang dianggap menjadi pertimbangan utama pemilihan tempat tinggal. Kuesioner juga berisi pertanyaan terbuka (*open ended questions*) yang menanyakan:

- pendapat terhadap karya seni yang ada di kompleks perumahan
- sejauh mana karya seni mempengaruhi pilihan tempat tinggal
- pendapat mengenai kelebihan kompleks perumahan tempat mereka tinggal dibandingkan dengan kompleks perumahan lain.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini terdiri dari dua bagian. Pertama dilakukan analisis deskriptif melalui distribusi frekuensi. Jawaban responden dalam kuesioner ditabulasi untuk memperoleh gambaran dalam setiap aspek yang ditanyakan. Hasil dari tabulasi ini memberikan gambaran umum mengenai pandangan responden terhadap kompleks perumahan tempat mereka tinggal dan pandangan terhadap kehadiran karya seni secara umum. Tabulasi ini dilakukan untuk semua responden secara keseluruhan, dan

untuk dua kelompok responden (yang tinggal di dalam kompleks dan yang tidak tinggal di dalam kompleks) secara terpisah.

Selanjutnya dilakukan analisis statistik dengan menggunakan *Chi-square test* yang berkaitan dengan variabel pada satu atau lebih faktor berdasarkan pada koefisien korelasi. *Chi-square test* ini diperkenalkan oleh Karl Pearson pada tahun 1903, kemudian dikembangkan oleh Sir Ronald Fisher yang menciptakan tabel-tabel untuk berbagai harga kritis. Metode dengan analisa statistik berdasarkan *Chi Square* hadir karena hampir semua sistem nyata di alam ini mempunyai perilaku *random*. Perilaku *random* ini harus diuji kecocokannya terhadap beberapa distribusi teoritis tertentu. Oleh karena itu, untuk melakukan simulasi yang membutuhkan input berupa bilangan *random* kita dihadapkan pada pilihan yaitu distribusi mana yang cocok untuk mewakili persoalan yang dikaji.

Untuk memperoleh *sample* data yang cocok dapat dilakukan dengan menggunakan teknik statistik untuk menentukan kecocokan data dengan distribusi teoritik (dengan test hipotesa dan menentukan derajat kecocokan). Jika ternyata distribusi teoritik ini dengan parameter yang ditetapkan cukup cocok dan mewakili sistem yang diamati, maka distribusi teoritik ini yang dipakai untuk meningkatkan sampel pada waktu simulasi dan *Chi-square test*.

Rumus *chi-square* (kai-kuadrat) adalah:

$$\chi^2 = \sum_1^k \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Dengan

fo = hasil pengamatan

fe = hasil yang diharapkan, diprediksi berdasarkan suatu distribusi teoritis.

\sum_1^k = penjumlahan

Hasil perhitungan *Chi-square* (χ^2) diperbandingkan dengan harga kritis *Chi-square* pada tabel untuk menentukan seberapa jauh ketidaksesuaian, atau sesuai tetapi dengan derajat ketelitian.⁴¹ Hasil signifikan bila $p < 0.01$ dan sangat signifikan bila $p < 0.001$.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis perhitungan *Chi-square*⁴². Yang pertama adalah *one-way Chi-Square* atau *Test for Goodness of Fit*, yang bertujuan untuk mengkonfirmasi adanya kecenderungan pendapat tertentu dari sampel pada sebuah aspek. Dalam penelitian ini perhitungan tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah ada aspek tertentu yang dianggap lebih penting oleh responden terhadap aspek lainnya. Yang kedua adalah *two-way Chi-square* atau *Test for Independence*, yang bertujuan untuk melihat perbedaan antara dua kelompok responden dalam persepsinya terhadap sebuah aspek. Perhitungan ini digunakan untuk melihat perbedaan antara kelompok responden yang tinggal di kompleks perumahan dan kelompok responden yang tidak tinggal di dalam kompleks perumahan.

Hasil analisis digunakan untuk menyimpulkan pendapat responden terhadap sejauh mana karya seni berkontribusi dalam sebuah kompleks perumahan, terutama dalam peningkatan nilai dari sebuah *real estate*.

⁴¹ Mellia Liyanthy. *Teknik Informatika*. U Pasundan 2006/07.

⁴² Frederick J. Gravetter & Larry B. Wallnau. *Statistics for the Behavioral Sciences*. Minneapolis: West Publishing Company.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal

Analisis data dilakukan terhadap data responden untuk mengetahui sejauh mana karya seni menjadi salah satu pertimbangan penting dalam pemilihan sebuah kompleks perumahan sebagai tempat tinggal.

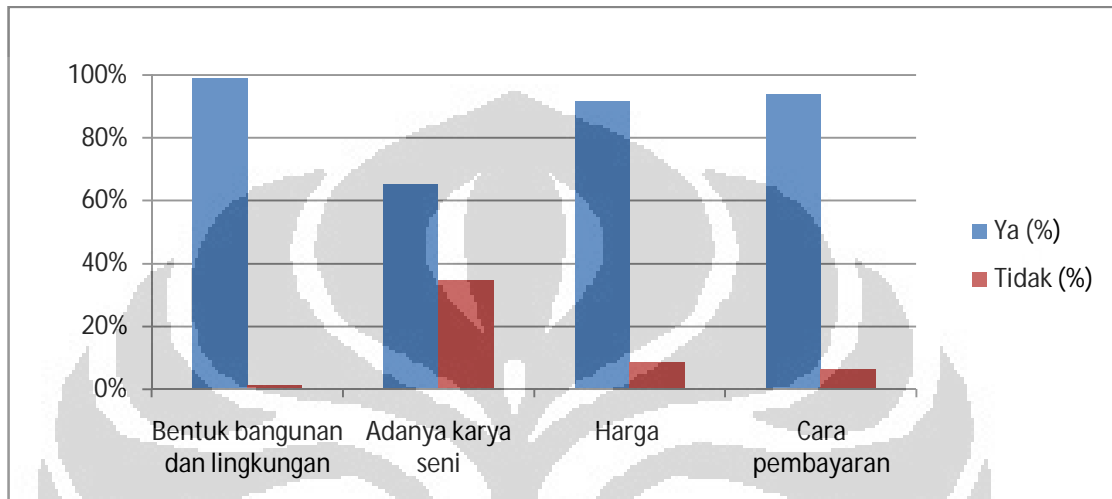
Tabel 4.1 dan Gambar 4.1 menunjukkan data yang didapat dari semua responden dalam penelitian untuk mengetahui sejauh mana faktor bentuk bangunan dan lingkungan, ada atau tidaknya karya seni, harga dan cara pembayaran menjadi pertimbangan saat memilih rumah yang sekarang ditempati.

Tabel 4.1 Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal

Alasan Pemilihan	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Bentuk bangunan dan lingkungan	98	97	99,0%	1	1,0%
Adanya karya seni	98	64	65,3%	34	34,7%
Harga yang terjangkau	96	88	91,7%	8	8,3%
Cara pembayaran	98	92	93,9%	6	6,1%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 97 orang (99%) beranggapan bahwa bentuk bangunan dan lingkungan adalah sebagai alasan pemilihan tempat tinggal, sedangkan sebanyak 1 responden beranggapan tidak. Selain itu, sebanyak 65,3% responden menjawab bahwa dengan adanya karya seni adalah sebagai pertimbangan saat memilih rumah yang sekarang ditempati, sedangkan sebanyak 34,7% menjawab tidak. Sedangkan perbandingan yang didapat dari 96 responden yang menjawab apakah faktor harga dapat menjadi alasan pemilihan tempat tinggal yang sekarang ditempati, 91,7% responden menjawab aspek

tersebut mempengaruhi, sedangkan 8,3 % responden menjawab tidak. Dengan jumlah responden sebanyak 98 orang, didapatkan bahwa sebanyak 93,9% responden menjawab bahwa cara pembayaran menjadi alasan pemilihan tempat tinggal, sedangkan sebanyak 6,1% responden tidak.



Gambar 4.1 Pertimbangan dalam Pemilihan Tempat Tinggal

Untuk mengetahui signifikansi dari data tersebut, dilakukan analisis untuk menentukan nilai dari *Chi-Square* (χ^2) dari masing-masing faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan tempat tinggal, sebagaimana terlihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 4.2 Hasil Chi-square Test

Alasan Pemilihan	<i>Chi-Square</i> (χ^2)	df	Signifikan	Keterangan
Bentuk bangunan dan lingkungan	94.04	1	p < 0.001	signifikan
Adanya karya seni	66.67	1	p < 0.001	signifikan
Harga yang terjangkau	9.18	1	p < 0.01	signifikan
Cara pembayaran	75.47	1	p < 0.001	signifikan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa keempat faktor, yaitu bangunan dan lingkungan, adanya karya seni, harga yang terjangkau dan cara

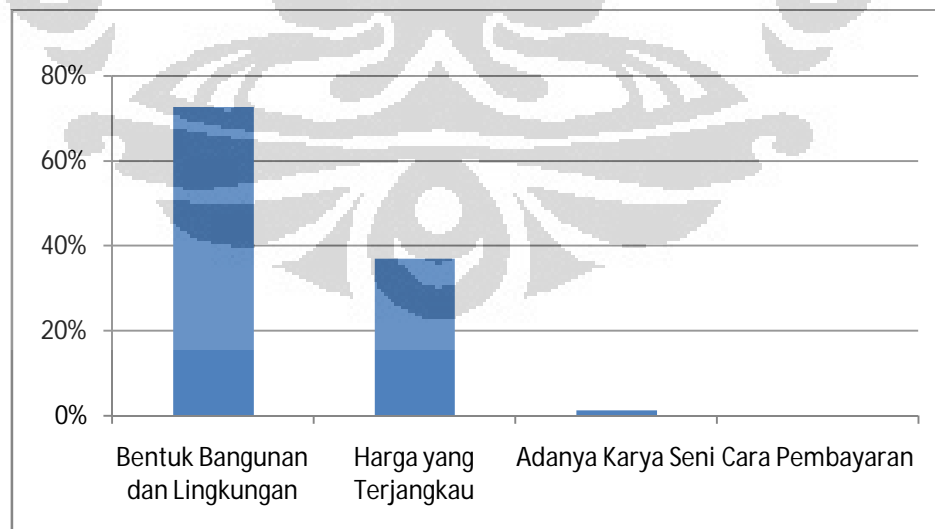
pembayaran, dianggap oleh para responden sebagai faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan tempat tinggal. Satu hal menarik adalah bahwa ternyata tingkat signifikansi untuk faktor harga yang terjangkau tidak setinggi faktor yang lain. Ini merupakan salah satu indikasi bahwa meskipun penting, faktor harga yang terjangkau tidaklah sepenting faktor lainnya.

4.2 Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama

Selanjutnya adalah analisis terhadap data yang memperlihatkan apakah dari keempat faktor tersebut terdapat faktor yang menjadi pertimbangan utama bagi responden.

Tabel 4.3 Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama dalam Memilih Rumah

Pertimbangan Utama	Jumlah	%
Bentuk bangunan dan lingkungan	53	72,6 %
Harga yang terjangkau	27	37 %
Adanya karya seni	1	1,4 %
Cara pembayaran	0	0,0 %



Gambar 4.2 Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama dalam Memilih Rumah

Dari tabel di atas terlihat bahwa bentuk bangunan dan lingkungan menjadi pertimbangan utama yaitu sebesar 72,6% responden. Sedangkan sebanyak 37% responden menjawab harga yang terjangkau juga menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan tempat tinggal. Adanya karya seni dan cara pembayaran menjadi kedua aspek yang tidak menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan tempat tinggal. Sebanyak 1 responden (1,4%) menjawab adanya karya seni menjadi pertimbangan utama, sedangkan tidak ada responden yang menjawab cara pembayaran menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan tempat tinggal.

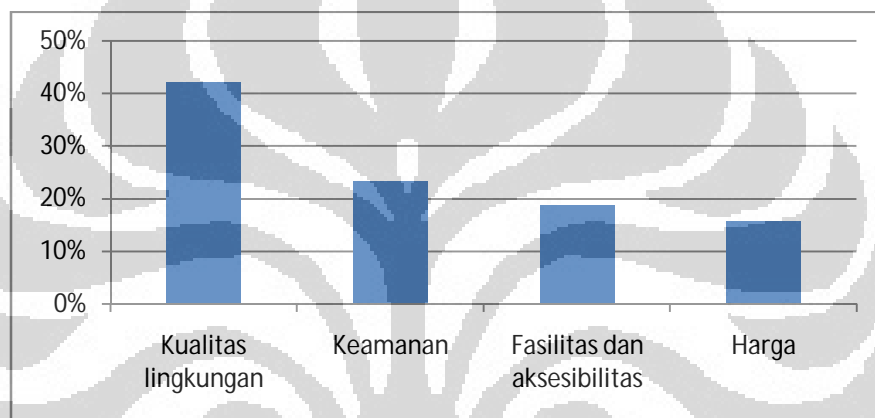
Hasil analisis statistik dengan Chi-square test menunjukkan $\chi^2 = 37.56$. Dengan $df=3$, maka diperoleh tingkat signifikansi $p < 0.001$. Dengan kata lain bentuk bangunan dan lingkungan menjadi faktor pertimbangan utama dalam pemilihan tempat tinggal, diikuti oleh harga yang terjangkau. Sementara adanya karya seni dan cara pembayaran tidak terlalu menjadi faktor pertimbangan utama.

4.3 Keunggulan Kompleks Perumahannya Dibandingkan dengan Kompleks Perumahan Lain

Untuk mengetahui lebih jauh, responden juga diminta untuk menyebutkan keunggulan dari kompleks perumahan tempat mereka tinggal sekarang dibandingkan dengan kompleks perumahan lain. Jawaban dari responden dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok yaitu kualitas lingkungan, keamanan, fasilitas dan aksesibilitas, dan harga. Berikut ini adalah tabel data yang memperlihatkan empat jenis keunggulan dari kompleks perumahan tempat mereka tinggal sekarang dibandingkan dengan kompleks perumahan lain.

Tabel 4.4 Keunggulan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain

Keunggulan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain	Jumlah	%
Kualitas lingkungan	27	42,2 %
Keamanan	15	23,4 %
Fasilitas dan aksesibilitas	12	18,8 %
Harga	10	15,6 %

**Gambar 4.3** Keunggulan dibandingkan dengan kompleks perumahan lain

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden beranggapan keempat aspek di atas merupakan keunggulan dari kompleks perumahan tempat mereka tinggal sekarang dibandingkan dengan kompleks perumahan lain. Tetapi aspek kualitas lingkungan menjadi keunggulan utama (42,2%) dibandingkan dengan kompleks lainnya. Ini juga sejalan dengan data di bagian sebelumnya.

Sebanyak 23,4% responden menjawab bahwa aspek keamanan merupakan keunggulan, dan sebanyak 18,8% responden menjawab fasilitas dan aksesibilitas juga menjadi keunggulan dibandingkan dengan kompleks lain. Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih suatu kawasan pemukiman tersebut berdasarkan suasana lingkungan dan fasilitas yang disediakan oleh pengembang. Sementara itu, ternyata

hanya sebanyak 15,6% responden yang menjawab harga sebagai aspek yang menjadi keunggulan dibandingkan dengan kompleks lain.

4.4 Perbandingan antara Responden yang Tinggal di dalam Kompleks Perumahan dan Responden yang Tidak Tinggal di dalam Kompleks Perumahan

Berikut ini adalah data yang didapatkan dari dua kelompok responden dalam penelitian ini, yaitu responden dari kompleks perumahan dan responden dari luar kompleks perumahan. Analisis bertujuan untuk melihat apakah kedua kelompok responden memiliki pendapat yang berbeda mengenai kompleks perumahan tempat tinggalnya, termasuk kaitannya dengan kehadiran karya seni. Tabel di bawah ini menunjukkan perbandingan pendapat dua kelompok responden dalam keempat faktor pertimbangan dalam memilih rumah.

Tabel 4.5 Faktor **Bangunan dan Lingkungan** Menurut Dua Kelompok Responden

Kelompok Responden	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Dalam kompleks	38	38	0	100.0%	0.0%
Luar kompleks	60	59	1	98.3%	1.7%

Tabel 4.6 Faktor **Adanya Karya Seni** Menurut Dua Kelompok Responden

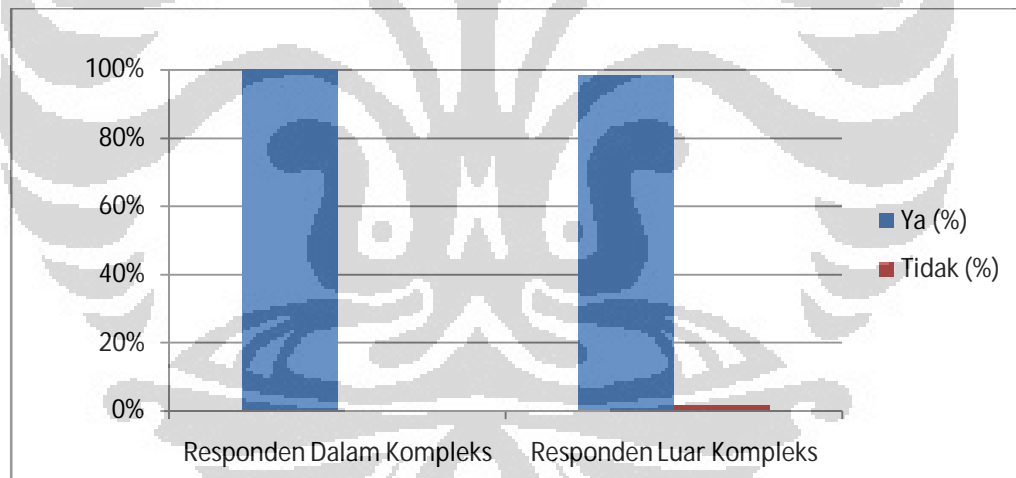
Kelompok Responden	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Dalam kompleks	38	35	3	92.1%	7.9%
Luar kompleks	60	29	31	48.3%	51.7%

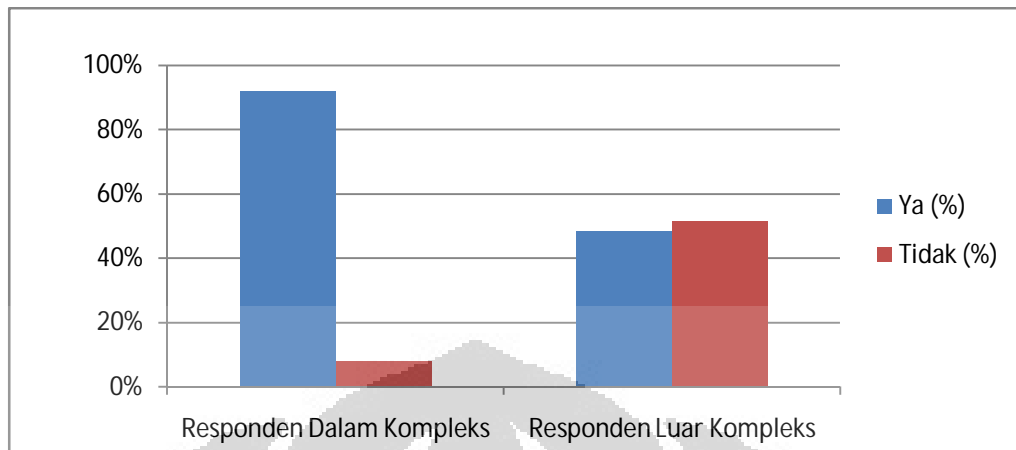
Tabel 4.7 Faktor **Harga** Menurut Dua Kelompok Responden

Kelompok Responden	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Dalam kompleks	37	30	7	81.1%	18.9%
Luar kompleks	59	58	1	98.3%	1.7%

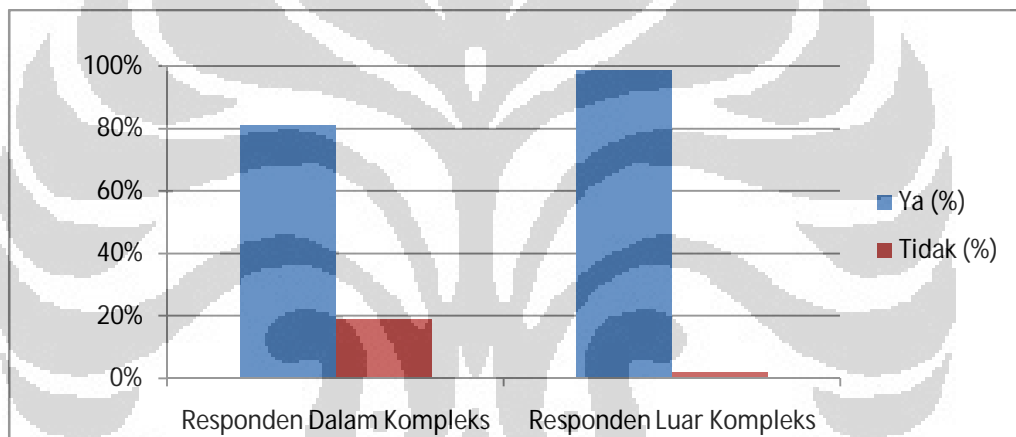
Tabel 4.8 Faktor **Cara Pembayaran** Menurut Dua Kelompok Responden

Kelompok Responden	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Dalam kompleks	38	35	3	92.1%	7.9%
Luar kompleks	60	57	3	95.0%	5.0%

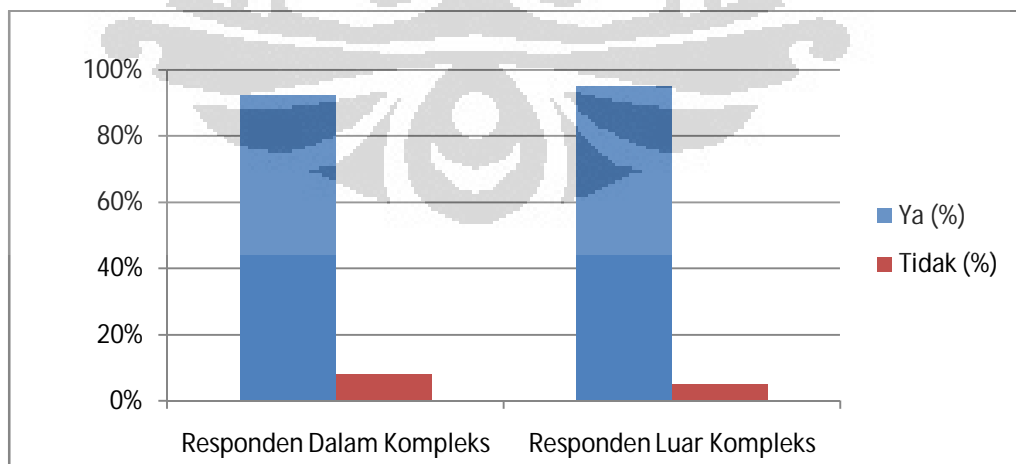
**Gambar 4.4** Faktor Bangunan dan Lingkungan sebagai Pertimbangan Penting



Gambar 4.5 Faktor Karya Seni sebagai Pertimbangan Penting



Gambar 4.6 Faktor Harga sebagai Pertimbangan Penting



Gambar 4.7 Faktor Cara Pembayaran sebagai Pertimbangan Penting

Tabel 4.9 Hasil Chi-square Test

Faktor yang Dibandingkan	<i>Chi-Square</i> (χ^2)	df	Signifikan	Keterangan
Bentuk bangunan dan lingkungan	0.64	3		tidak signifikan
Adanya karya seni	19.67	3	$p < 0.001$	signifikan
Harga yang terjangkau	8.83	3	$p < 0.01$	signifikan
Cara pembayaran	0.64	3		tidak signifikan

Berdasarkan analisis menggunakan Chi-square test, diperoleh hasil yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara pendapat responden dalam kompleks dan luar kompleks dalam faktor karya seni dan faktor harga, sedangkan untuk faktor bentuk bangunan/lingkungan dan faktor cara pembayaran tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok responden.

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa untuk faktor karya seni, responden dari dalam kompleks sebagian besar beranggapan karya seni merupakan pertimbangan penting dalam pemilihan tempat tinggal. Ini jelas ditunjukkan dari keputusan mereka untuk memilih lokasi dengan karya seni sebagai tempat tinggal. Sedangkan responden dari luar kompleks ada yang beranggapan karya seni sebagai pertimbangan penting tetapi ada juga yang tidak beranggapan demikian. Hal ini mengindikasikan adanya responden yang masih beranggapan bahwa rumah masih menjadi pemenuhan kebutuhan yang mendasar, sehingga belum menganggap penting adanya karya seni. Namun perlu dilihat juga adanya responden yang beranggapan karya seni sebagai faktor penting, meskipun di tempat tinggalnya tidak terdapat karya seni. Hal ini mengindikasikan adanya harapan untuk tinggal di tempat di mana terdapat karya seni; mereka berharap memperoleh kualitas lingkungan yang lebih baik yang dapat dihadirkan lewat adanya karya seni.

Untuk faktor harga, data yang ada menunjukkan bahwa sebagian besar dari kelompok responden di luar kompleks menyatakan harga sebagai pertimbangan penting. Namun pada responden dari dalam kompleks, terdapat sejumlah responden yang menyatakan

harga bukan sebagai faktor pertimbangan penting. Ini menunjukkan adanya sekelompok responden yang mengutamakan faktor selain harga dalam memilih rumah. Nampaknya kelompok ini lebih mementingkan kualitas lingkungan perumahan, dan bersedia untuk membayar lebih mahal untuk mendapatkan kualitas yang baik.

4.5 Pendapat mengenai Karya Seni dalam Kompleks Perumahan

Analisis selanjutnya bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai karya seni yang ada di tempat mereka tinggal. Untuk analisis ini data yang digunakan adalah data dari responden yang tinggal di dalam kompleks perumahan. Terdapat 29 orang responden dari dalam kompleks perumahan yang menyatakan pendapatnya tentang karya seni yang ada.

Tabel 4.10 Pendapat mengenai karya seni

Pendapat	Jumlah	%
Menarik	6	20.7%
Cukup menarik	20	69.0%
Lain-lain	3	10.3%

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa sebagian responden beranggapan karya seni yang ada sudah cukup menarik (69%) dan menarik (20.7%). Sisanya sebanyak 10.3% memberikan pendapat adanya hal-hal yang dapat diperbaiki dari karya seni yang ada, antara lain agar lebih menarik dan disesuaikan dengan tema-tema cluster perumahan yang ada di situ.

Responden juga diberikan pertanyaan mengenai sejauh mana karya seni yang ada mempengaruhi pemilihan mereka untuk membeli rumah. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11 Karya Seni sebagai Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Rumah

Kelompok Responden	Jumlah Responden yang Menjawab	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
Dalam kompleks	29	26	89.7%	3	10.3%
Luar kompleks	34	14	41.2%	20	58.8%

Dari data di atas dapat dilihat bahwa karya seni mempengaruhi keputusan untuk pembelian rumah terutama bagi kelompok responden yang tinggal di dalam kompleks perumahan dengan karya seni. Dari tabel di atas ternyata hampir 89.7% dari responden menyatakan bahwa karya seni tersebut dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam mendapatkan rumah. Pendapat ini dapat dijadikan acuan bahwa karya seni dapat menjadi nilai tambah dalam pembentukan suatu kawasan pemukiman (*real estate*), dan karya seni ternyata dapat merupakan cermin dari tingkat budaya masyarakatnya. Sedangkan bagi kelompok responden di luar kompleks, sebanyak 41.2% menyatakan karya seni mempengaruhi mereka dalam membeli rumah tetapi sebanyak 58.8% menyatakan tidak mempengaruhi. Hal ini mendukung hasil penelitian di atas, yang menunjukkan bahwa kehadiran karya seni memiliki kontribusi dalam menentukan pilihan seseorang dalam membeli rumah.

4.6 Pembahasan: Apakah Kehadiran Karya Seni Memberikan Kontribusi bagi *Real Estate*?

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan tempat tinggal terdapat berbagai faktor penting yang menjadi pertimbangan. Kehadiran karya seni merupakan salah satu faktor penting tersebut. Namun analisis data di atas juga menunjukkan bahwa kehadiran karya seni bukanlah merupakan faktor yang utama yang mempengaruhi dalam pemilihan rumah tempat tinggal.

Secara umum berdasarkan analisis di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat cenderung mempertimbangkan kualitas lingkungan sebagai sebuah faktor yang menjadikan

sebuah kompleks perumahan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan kompleks lain. Kualitas lingkungan yang dimaksud adalah kualitas yang berkaitan dengan aspek spasial yaitu lingkungan yang nyaman, asri, dan memberikan prestise. Sehingga upaya menghasilkan kualitas spasial yang baik merupakan sesuatu yang penting bagi pengembang untuk menjadikan kompleks perumahannya mempunyai nilai lebih dibandingkan kompleks perumahan lain.

Meskipun karya seni bukan merupakan faktor yang menjadi pertimbangan utama, namun, bila dikaitkan dengan temuan di atas tentang pentingnya kualitas spasial lingkungan perumahan, dapat disimpulkan adanya potensi menghadirkan karya seni untuk berkontribusi dalam pembentukan kualitas spasial yang baik di lingkungan perumahan. Hasil penelitian secara kuantitatif ini mendukung pendapat Sharon Zukin, bahwa karya seni dapat meningkatkan nilai dari suatu properti.⁴³

Sementara itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa faktor harga, meskipun merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan, namun ternyata tidak sepenting kualitas lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembang perumahan dapat memanfaatkan kehadiran karya seni sebagai upaya peningkatan kualitas lingkungan. Ini dapat menjadi sebuah alternatif langkah meningkatkan nilai sebuah *real estate*, dengan tujuan meningkatkan kualitas lingkungan, dibandingkan sekedar upaya menurunkan harga untuk menarik pembeli. Kehadiran karya seni di sini adalah untuk meningkatkan *value for money* dari properti tersebut.

⁴³ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities*, Blackwell Publisher, Oxford, 1995, hal.119

BAB 5

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberadaan karya seni dapat meningkatkan suksesnya pengembangan *real estate*. Penelitian dilakukan melalui survey yang tinggal di dalam kompleks perumahan Kota Wisata dan Raffles Hill dan responden yang tidak tinggal di dalam kompleks perumahan. Faktor-faktor yang dikaji dalam penelitian ini meliputi faktor fisik yaitu lingkungan perumahan dan kehadiran karya seni serta faktor ekonomi yaitu harga dan cara pembayaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan karya seni menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penghuni dalam memilih untuk tinggal di sebuah lokasi perumahan. Walaupun karya seni bukan merupakan faktor pertimbangan utama, tetapi dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa karya seni memberikan kontribusi bagi penentuan pilihan tempat tinggal bagi masyarakat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas lingkungan merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan tempat tinggal. Terkait dengan karya seni, kehadiran karya seni dalam sebuah kompleks perumahan dapat mendukung terciptanya kualitas lingkungan yang baik. Sementara faktor harga yang terjangkau, meskipun juga merupakan faktor pertimbangan namun tidak sepenting kualitas lingkungan.

Perhatian pengguna akan bangunan dan lingkungan yang baik merupakan refleksi dari kebutuhan akan kualitas lingkungan yang nyaman untuk tempat tinggal. Dalam hal ini karya seni dapat berperan sebagai pelengkap lingkungan agar menjadi lebih baik dan nyaman ditinggali. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan pentingnya upaya untuk mendorong berkembangnya keberadaan karya seni di dalam pengembangan sebuah *real estate*. Kehadiran karya seni di kompleks perumahan juga

perlu diupayakan untuk meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap karya seni dan menaikkan tingkat budaya bangsa.

Bagi masyarakat dengan tingkat sosial ekonomi menengah keatas, nampaknya faktor harga dalam pemilihan tempat tinggal tidaklah terlalu menjadi pertimbangan bila dibandingkan dengan faktor lingkungan dan kehadiran karya seni. Pada kenyataannya, dengan persaingan *real estate* yang ketat maka pada umumnya harga bangunan tidak berbeda jauh antar yang satu dengan yang lainnya untuk bangunan dengan luas yang sama. Sehingga untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam keberhasilan *real estate*, maka pengembangan perlu lebih fokus pada peningkatan kualitas desain bangunan dan lingkungan, dengan disinerjikan dengan penempatan karya seni. Hal ini dapat memberikan kontribusi dalam upaya untuk memaksimalkan keberhasilan sebuah *real estate*.

Penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai sejauh mana karya seni memberikan kontribusi dalam sebuah pengembangan real estate. Tentunya masih banyak yang perlu disempurnakan dari penelitian ini. Penelitian lanjutan diperlukan dengan memperluas sampel yang melibatkan tingkat sosial ekonomi yang lebih beragam. Lokasi penelitian perlu diperluas sehingga meliputi berbagai bentuk pengembangan *real estate* yang lebih beragam. Selain itu, perlu ada kajian lebih mendalam mengenai jenis dan bentuk karya seni yang dihadirkan dalam kompleks perumahan, yang meliputi karya seni klasik, tradisional, kontemporer, baik lokal maupun internasional. Dengan demikian dapat diperoleh gambaran mengenai jenis dan bentuk karya seni yang diminati oleh pemilih tempat tinggal dan dapat memberikan nilai tambah pada pengembangan *real estate*.

DAFTAR REFERENSI

- Alpem, Andrew. *Handbook of Specialty Elements in Architecture*. USA: McGraw-Hill, 1982.
- Arts Council, 1991 hal. 16
- A.A.M.Djelantik, *Estetika*, hal 8-18
- A.A.Gerbrands. *Arts as Element of Culture*, 1957, hal.1
- Burgin, Victor. *In Different Spaces: Places and memory in Visual Culture*. USA: University of California Press, 1996.
- Carmona, Matthew, et al. *Public Places-Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Burlington: Architectural Press, 2003.
- Chase, Doris. *Volumetric Space Frame*, Seattle.
- Cresswell, Tim. *In Place/Out of Place: Geography, Ideology, and Transgression*. Minnesota: University of Minnesota Press, 1996.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Proyek Pengembangan Institut Pendidikan Tinggi 1985/86. *Metoda Penelitian*, hal 13-14.
- Deutche, Rosalyn. *Evictions: Art and Spatial Politics*. Cambridge: The MIT press, 1998.
- Doss, Erika Lee. *Spirit Poles and Flying Pigs: Public Art and Cultural Democracy in American Communities*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1995.
- Durante, Dianne. *Outdoor Monuments of Manhattan: A Historical Guide*. New York: New York University Press, 2007.
- Finkelpesrl, Tom, ed. *Dialogues in Public Art*. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- Garvin, Alexander. *American City*. Mc Graw-Hill Publishing Co., 1996.

- Goldstein, Barbara, ed. *Public Art by the Book*. Washington (US): University of Washington Press, 2005.
- Gravetter, Frederick & Wallnau, Larry. *Statistics for the Behavioral Sciences*. Minneapolis: West Publishing Company, 2006.
- Hofstadter, Albert. *Philosophies of Art and Beauty*. New York: Random House, 1964.
- Ingredients for Successful Public Space, *Urban Land*, Special Report, October 2006 hal.100.
- Kester, Grant. *Conversation Pieces: Community + Communication in Modern Art*. California: University of California Press, 2004.
- “Kota Wisata.” <<http://www.kota-wisata.com/>>
- Kwon, Miwon. *One Place After Another*. Cambridge: The MIT Press, 2003.
- Liyanthi, Mellia. *Teknik Informatika*. U Pasundan 2006/2007.
- Maslow, Abraham. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396, 1943.
- Miles, Malcolm. *Art for Public Places: Critical Essays*. Hampshire: Winchester School of Art Press, 1989.
- Miles, Malcolm. *Art, Space, and The City: Public Art and Urban Features*. London: Routledge, 1997.
- Miles, Mike E., Gayle Berens, & Marc A. Wess. *Real Estate Development: Principles and Process* (3rd ed). Washington, D.C.: ULI-The Urban Institute, 2000.
- Neufeldt & David B. Gurainik, *Webster New World Dictionary*, New York, 1989.

Portas, Mary. *Windows: The Art of Retail Display*. New York: Thames & Hudson, 1999.

Public Art Review, Forecast Public Art. Bi-Annual Publication

“Public Art Around The World.” 2007. <<http://www.publicartaroundtheworld.com>>

Pusat Kesenian Jakarta.TIM, Yayasan Kesenian Jakarta, 1994, hal 244

“Raffles Hills.” <<http://www.raffleshills.co.id>>

Redstone, Lois G. *Public Art*. Mc Graw Hill, 1981, hal. v

Reynolds, Joshua. *Problems in Aesthetic: Discourse XII*. New York: Random House, 1964.

Riewoldt, Otto. *Retail Design*. New York: Te Neues, 2000.

Savage, Kirk. *Monument Wars: Washington D.C. The National Mall and The Transformation of The Memorial Landscape*. Berkeley: University of California Press, 2009.

Seine, Harriet & Sally Webster. *Critical Issues in Public Art: Content, Context, and Controversy*. New York: Harper Collins, 1993.

Shilling, James D. *Real Estate*. Southern-West Thomson Learning, University of Wisconsin, 2002.

Solso, Robert L. *Cognition and The Visual Art*. Cambridge: The MIT Press, 1999.

Stities, Raymond S. *The Arts and Man*. London: Mc.Graw-Hill, 1940.

Urban Land, Special Report: Public Space, Landcape Design, Civic Architecture, Open Space. *Protective Urban Land Magazine* page, 2006, 101-105.

Wilson, Stephen. *Information Arts, Intersections of Arts, Science and Technology*. Cambridge: The MIT Press, 2002.

Zukin, Sharon. *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell Publisher, 1995.