



UNIVERSITAS INDONESIA

CAKRAWALA KOTA (*SKYLINE*) DAN CITRA KOTA DI ASIA

SKRIPSI

JESSICA SERIANI HERMANTO
0806456133

FAKULTAS TEKNIK
DEPARTEMEN ARSITEKTUR
DEPOK
JULI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

CAKRAWALA KOTA (*SKYLINE*) DAN CITRA KOTA DI ASIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Arsitektur

JESSICA SERIANI HERMANTO

0806456133

FAKULTAS TEKNIK
DEPARTEMEN ARSITEKTUR
DEPOK
JULI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jessica Seriani Hermanto

NPM : 0806456133

Tanda Tangan :



Tanggal : 9 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Jessica Seriani Hermanto

NPM : 0806456133

Program Studi : Arsitektur

Judul Skripsi : CAKRAWALA KOTA (*SKYLINE*) DAN CITRA KOTA DI ASIA

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dita Trisnawan, ST., M.Arch.STD. ()

Penguji : Ir. Achmad Hery Fuad, M. Eng. ()

Penguji : Ahmad Gamal, S.Ars., M.Si., M.U.P. ()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 9 Juli 2012

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan kasih sayang-Nya yang tidak terbatas sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu. Pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam memberikan bantuan serta dukungan mulai dari awal proses pencarian topik hingga akhir skripsi ini selesai dibuat, terutama kepada:

- Bapak Dita Trisnawan, Dosen Pembimbing yang telah setia membimbing selama proses pengerjaan skripsi dan tak kenal lelah mengecek kemajuan penulisan saya. Terima kasih atas ide, saran serta bantuan dokumentasi sehingga penulisan saya menjadi lebih dapat dipertanggungjawabkan.
- Bapak Ahmad Gamal dan Tim Koordinator Skripsi Departemen Arsitektur yang telah membuat jadwal penulisan dan pengumpulan skripsi dengan teratur dan jelas sehingga masing-masing dari kami dapat mengatur waktu penulisan dengan baik.
- Keluarga tercinta, mama, papa, kakak, dan adik yang memberikan semua dukungan baik secara mental dan materi.
- Teman-teman 2008, yang tidak selalu bertemu namun menjadi penyemangat ketika banyak masalah menghadang dan setia berbagi informasi, pengetahuan baru serta setiap waktu yang berharga untuk menyukseskan selesainya skripsi ini.
- dan Pihak-pihak lain yang tak tersebut namanya

Tentunya, tak ada gading yang tak retak, begitu pula dengan skripsi ini. Kritik dan saran yang konstruktif akan menjadi hal yang sangat baik bagi penulis demi penyempurnaan hasil skripsi ini ke depannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kemajuan akademis, terutama di Indonesia.

Depok, 15 Juni 2012

Penulis

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

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

Nama : Jessica Seriani Hermanto
NPM : 0806456133
Program Studi : Arsitektur
Departemen : Arsitektur
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi

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

CAKRAWALA KOTA (*SKYLINE*) DAN CITRA KOTA DI ASIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tidak mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 9 Juli 2012
Yang menyatakan


(Jessica Seriani Hermanto)

ABSTRAK

Nama : Jessica Seriani Hermanto
Program Studi : Arsitektur
Judul : Cakrawala Kota (*skyline*) dan Citra Kota di Asia

Konsep cakrawala kota (*skyline*) telah muncul dalam dunia arsitektur sejak akhir abad ke-19. Saat ini kota-kota di Asia, seperti Dubai, Singapura dan Hong Kong berlomba-lomba membangun pencakar langit dengan tujuan untuk menampilkan citra maju melalui cakrawala kotanya dan mempromosikannya sebagai objek wisata. Skripsi ini membahas bagaimana sebuah kota membentuk cakrawala kotanya sehingga dapat menghasilkan citra kota yang kemudian menjadi magnet bagi kegiatan bisnis dan pariwisata di kota tersebut. Metode yang digunakan adalah studi literatur, ditambah dengan pengamatan langsung pada dua lokasi studi kasus. Hasilnya adalah, bahwa cakrawala kota yang bercitra maju dapat menjadi magnet bagi wisatawan dan dari segi bisnis, dapat meningkatkan kebanggaan atau gengsi dari sebuah perusahaan.

Kata kunci:

Cakrawala kota, *skyline*, pencakar langit, citra modern, bisnis, pariwisata

ABSTRACT

Name : Jessica Seriani Hermanto
Study Program : Architecture
Title : Skyline and Image of the City in Asia

Skylines of cities have become a concept in architecture since the late 19th century. Recently, many cities in Asia, such as Dubai, Singapore, and Hong Kong are trying to build many skyscrapers subject to the modern image which can be promoted as tourism activity magnet. This thesis discusses how each city shaping their skylines so they can produce city images that are visually attractive for business and tourism. The research methods used are literature study and direct observation in two cities. The result suggests that the modern image of city skyline could be an attraction for tourists and also favourable for business location, since it could increase the pride or prestige of a company.

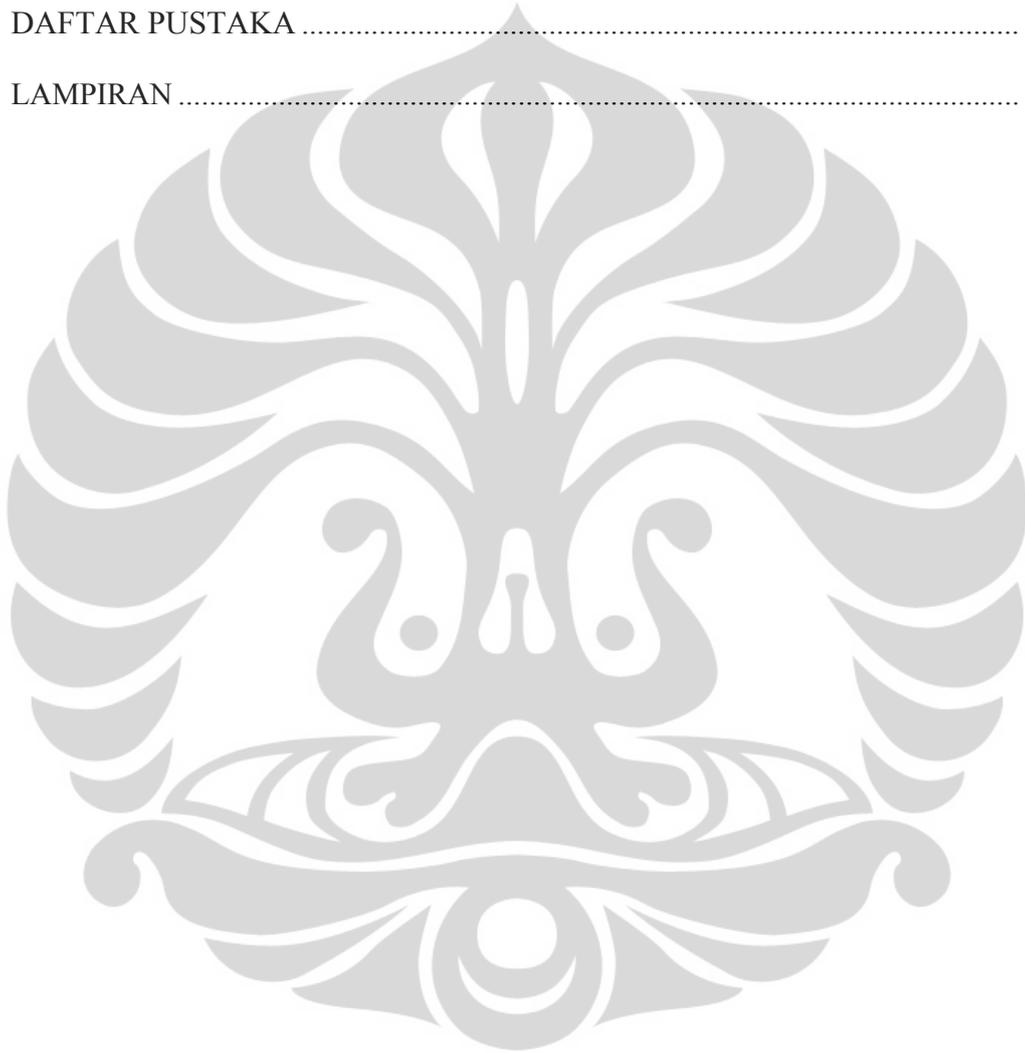
Keywords:

Skyline, skyscraper, modern image, business, tourism

DAFTAR ISI

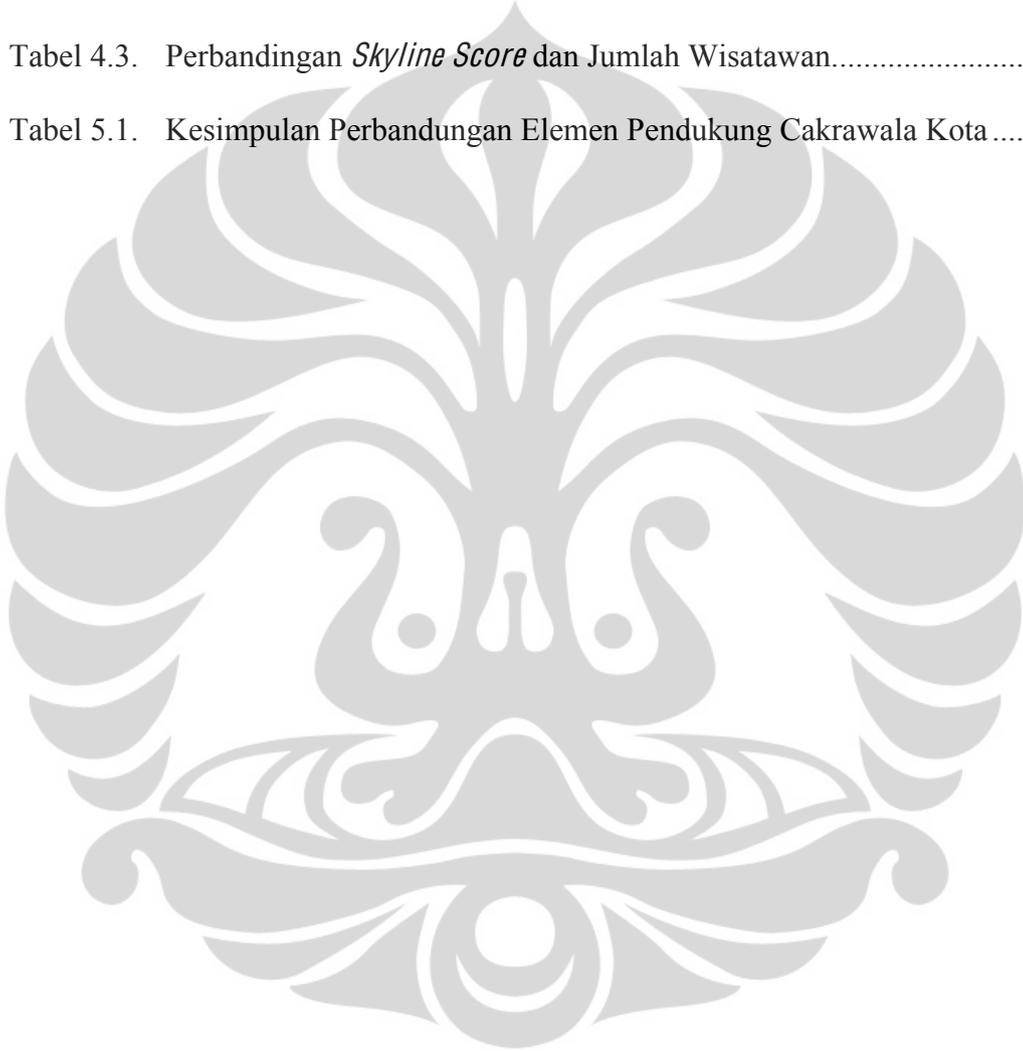
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penulisan	2
1.4 Metode Pembahasan	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
1.6 Sistematika Pemikiran	4
2. CAKRAWALA KOTA (SKYLINE)	5
2.1 Definisi	5
2.2 Proses Terbentuknya Cakrawala Kota	7
2.3 Nilai Cakrawala Kota (<i>Skyline Score</i>)	10
2.4 Cakrawala Kota sebagai Kumpulan Lambang/ Tanda	11
2.5 Cakrawala Kota sebagai Identitas Sosial	12
2.6 Cakrawala Kota sebagai Fungsi Estetika	12
2.7 Cakrawala Kota sebagai Ikon	13
3. CITRA KOTA	15
3.1 Cakrawala dan Citra Kota	15
3.2 Citra Bisnis pada Cakrawala Kota	16
3.3 Citra Pariwisata pada Cakrawala Kota	18
4. STUDI KASUS DAN ANALISIS	20
4.1 Alasan Pemilihan Studi Kasus	20
4.2 Dubai	23
4.2.1 Sejarah Kota Dubai	23
4.2.2 Cakrawala Kota Dubai	25
4.2.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota Dubai	28
4.2.4 Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Dubai	30
4.3 Hong Kong	34
4.3.1 Sejarah Kota Hong Kong	34
4.3.2 Cakrawala Kota Hong Kong	34
4.3.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota Hong Kong	36
4.3.4 Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Hong Kong	39

4.4 Singapura	42
4.4.1 Sejarah Kota Singapura	42
4.4.2 Cakrawala Kota Singapura	43
4.4.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota	44
4.4.4 Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Singapura	46
4.5 Analisa Hasil Data dan Wawancara	50
5. KESIMPULAN	53
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Nilai Cakrawala Kota dan Jumlah Ruang Kantor CBD	10
Tabel 4.1. Kota dengan Ketinggian Bangunan di Atas 100 meter	22
Tabel 4.2. Hasil Jawaban dari Subjek Wawancara dalam Bentuk Tabel dan Grafik.....	50
Tabel 4.3. Perbandingan <i>Skyline Score</i> dan Jumlah Wisatawan.....	51
Tabel 5.1. Kesimpulan Perbandingan Elemen Pendukung Cakrawala Kota	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Siluet Cakrawala Kota New York (<i>Urban Skyline</i>) Secara Dua Dimensional.....	6
Gambar 2.2. Pemandangan Kota (<i>Urban Panorama</i>) New York Secara Tiga Dimensional (atas) dan Ketika Dilihat dari Ketinggian (bawah)	6
Gambar 2.3. Kronologi Perkembangan Pencakar Langit.....	7
Gambar 2.4. Cakrawala Beberapa Kota yang Terkenal dengan <i>Landmark</i> -nya... 11	
Gambar 2.5. Lukisan Cakrawala Kota Oxford Berjudul: <i>A South Prospect of the City of Oxford</i> oleh J. Boydell.....	14
Gambar 3.1. Transformasi Bangunan Pencakar Langit Menjadi Kemasan Bisnis	17
Gambar 3.2. Cakrawala Kota sebagai Pemandangan yang Bernilai Jual dalam Pariwisata.....	19
Gambar 4.1. Persebaran Lokasi Studi Kasus	20
Gambar 4.2. Grafik Kota dengan Minimal 100 Bangunan Pencakar Langit di Atas 150 meter	21
Gambar 4.3. Perbandingan Jumlah Bangunan Pencakar langit di Kota-Kota di Asia dengan Ketinggian Bangunan di Atas 100 meter	23
Gambar 4.4. Perkembangan Kota Dubai.....	24
Gambar 4.5. Pelabuhan Jebel Ali pada Tanggal 1 Mei 2007.....	24
Gambar 4.6. Siluet Cakrawala Kota Dubai.....	26
Gambar 4.7. Cakrawala Kota Dubai di Siang dan Malam Hari.....	26
Gambar 4.8. Pemandangan Cakrawala Kota sebagai Pintu Gerbang Memasuki Kawasan Bangunan Pencakar Langit	27
Gambar 4.9. Lokasi Kawasan Pencakar Langit di Dubai: Dubai World Trade Center.....	27
Gambar 4.10. Lokasi Kawasan Pencakar Langit di Dubai: Dubai Marina.....	27
Gambar 4.11. Unsur Air di Dubai Marina	29
Gambar 4.12. <i>Dubai Creek Promenade</i>	29

Gambar 4.13. <i>Aerial View</i> Kawasan Bangunan Pencakar Langit.....	30
Gambar 4.14 Cakrawala Kota Dubai dalam Grafis.....	30
Gambar 4.15. Burj Khalifa, Menara Tertinggi di Dunia	31
Gambar 4.16. Hotel Burj Al Arab di Dubai.....	32
Gambar 4.17. Kartu Nama dan Perangko Bertema <i>Skyline</i> Dubai	33
Gambar 4.18. Tas, Pin, dan Magnet Lemari Es Bergambar Burj Khalifa yang Dijual Secara Online.....	33
Gambar 4.19. Foto, Kartu Pos dan Stiker Pemandangan Udara Dubai	33
Gambar 4.20. Siluet Cakrawala Kota Hong Kong.....	34
Gambar 4.21. Lokasi Kawasan Pencakar Langit di Hong Kong	35
Gambar 4.22. Cakrawala Kota Hong Kong di Siang Hari.....	35
Gambar 4.23. Cakrawala Kota Hong Kong di Malam Hari.....	36
Gambar 4.24. Pemandangan Kawasan Bangunan Pencakar Langit di Perairan Victoria Harbour, Hong Kong.....	36
Gambar 4.25. Area <i>Promenade</i> The Avenue of Stars.....	37
Gambar 4.26. Pencahayaan Bangunan yang Meriah di Hong Kong dengan Latar Belakang Gunung Victoria	38
Gambar 4.27. Pemandangan Cakrawala Kota Secara Grafis.....	38
Gambar 4.28. Kemeriahan Kota Hong Kong.....	39
Gambar 4.29. Tram yang Menuju Victoria Peak Hong Kong	40
Gambar 4.30. Pertunjukkan Cahaya Musikal	40
Gambar 4.31. Tas, Magnet, Mug dan Kotak Bergambar <i>Skyline</i> Hong Kong yang Dijual Secara <i>Online</i>	41
Gambar 4.32. Dasi, Kaos, dan Kartu Permainan	41
Gambar 4.33. Cakrawala Kota Singapura di Malam Hari	42
Gambar 4.34. Siluet Cakrawala Kota Singapura	43

Gambar 4.35. Cakrawala Kota Singapura di Siang Hari	43
Gambar 4.36. Lokasi Kawasan Pencakar Langit Singapura.....	44
Gambar 4.37. Singapore River sebagai Unsur Air di Kawasan Merlion Park	45
Gambar 4.38. <i>Marina Promenade</i> Singapura	45
Gambar 4.39. The Esplanade Singapore.....	47
Gambar 4.40. Marina Bay Sands	47
Gambar 4.41. Merlion yang Menghadap Bangunan Pencakar Langit.....	48
Gambar 4.42. Kartu Pos dan Poster Singapura	48
Gambar 4.43. Tas, Ornamen Natal, <i>Mouse Pad</i> dan Stiker <i>Casing Handphone</i> Bertema <i>Skyline</i> Singapura	49
Gambar 4.50. Lokasi Pengambilan Gambar/ Foto dengan Latar Belakang Cakrawala Kota	52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjelang akhir abad ke-19, perkembangan teknologi seperti meningkatnya penggunaan konstruksi baja dan lift, mempercepat laju pembangunan struktur yang disebut pencakar langit. Pencakar langit telah menjadi bagian penting dari arsitektur abad ke-20 dan ke-21, dimana sejak saat itu kota-kota di Amerika perlahan-lahan mengubah pandangan dunia. Penduduk lokal yang dahulu hanya menyaksikan pemandangan bangunan berlantai rendah, kini memandang kota sebagai kawasan bangunan pencakar langit yang menjulang silih berganti di balik awan yang kemudian dikenal sebagai cakrawala kota (*skyline*).

Penampilan cakrawala kota ini dapat menghasilkan kesan yang terekam dengan sangat kuat sebagai citra visual bagi setiap orang yang menyaksikannya, yang kemudian akan membentuk identitas kota. Seringkali citra yang muncul adalah citra modern atau citra maju sehingga banyak perusahaan yang memilih untuk menempatkan usaha dan bisnisnya di kota tersebut. Selain itu, Penulis juga melihat adanya potensi kawasan pencakar langit sebagai daya tarik bagi wisatawan, ditunjukkan dengan semakin banyaknya kota-kota di dunia yang berlomba-lomba membangun pencakar langit tertinggi di dunia dan mempromosikannya sebagai objek wisata.

Fenomena cakrawala kota ini telah menjadi perbincangan dalam dunia arsitektur yang dituliskan oleh Wayne Attoe di tahun 1981 dalam sebuah buku yang berjudul *Skylines: Understanding and Molding Urban Silhouettes* yang menjelaskan masing-masing dari enam makna cakrawala kota yang ia teliti dari kota-kota di Amerika dan Eropa. Tiga belas tahun kemudian, untuk menilai tingkat metropolitan sebuah kota dengan dasar cakrawala kota di Amerika secara objektif, Larry R. Ford membuat sebuah rumus *Skyline Score* yang dijelaskan dalam buku *Cities and Buildings: Skyscrapers, Skid Rows and Suburbs* (1994). Bill Lim, Sandy G. Smith dan Tom Heath kemudian juga berkontribusi melalui penelitian kuantitatif yang dituliskan dalam jurnal-jurnal seperti *What is a Skyline:*

A Quantitative Approach (Architectural Science Review volume 37 number 4, 1994) dan *Tall Buildings and the Urban Skyline: The Effect of Visual Complexity on Preferences (Environment and Behaviour 2000: 32: 541)*.

Keempat tulisan tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk mengembangkannya menjadi sebuah studi literatur dalam skripsi dengan tiga kota di Asia sebagai studi kasus, yaitu Hong Kong, Dubai dan Singapura yang memiliki kawasan bangunan pencakar langit dengan kepadatan tinggi, merupakan negara-negara dengan kemajuan yang pesat dalam bidang pariwisata dan bisnis, serta mudah untuk dianalisa oleh penulis.

1.2 Permasalahan

Sebagai imbas modernisme, kota-kota di Asia tanpa disadari menuju pada pembentukan cakrawala kota yang seragam dengan bermunculannya gaya arsitektur pencakar langit yang berkiblat ke negara-negara barat yang sedikit banyak telah pula menghilangkan karakter asli dari sebuah kota. Kawasan pencakar langit ini seakan-akan menjadi sarana untuk menampilkan kekuatan sebuah kota dan citra modern yang pada akhirnya mempengaruhi gaya hidup masyarakat sehingga berpengaruh pula bagi segi bisnis dan pariwisata di suatu kawasan.

Dari kenyataan tersebut, penulis mengajukan beberapa pertanyaan antara lain:

1. Bagaimana kota-kota besar di Asia membentuk cakrawala kotanya?
2. Bagaimana citra sebuah kota dapat terbentuk, serta apa dampaknya bagi segi bisnis dan pariwisata?

1.3 Tujuan Penulisan

Melalui skripsi ini, penulis mengharapkan didapatkannya suatu gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana sebuah kota mengatur bentuk cakrawala kotanya sehingga dihasilkan citra kota yang dapat menjadi magnet bagi kegiatan bisnis dan pariwisata sehingga dapat dijadikan pembelajaran bagi kota-kota lain.

1.4 Metode Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh data, yaitu sebagai berikut:

1. Studi mengenai teori-teori yang menjelaskan cakrawala kota melalui media literatur dan media elektronik. Untuk studi kasus juga menggunakan media literatur dan elektronik.
2. Studi lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap contoh-contoh kasus yang diangkat yang sudah pernah didatangi (Singapura dan Hong Kong) dan dilengkapi dengan data visual berupa foto. Sementara untuk penulisan data dilakukan secara deskriptif disertai dengan hasil wawancara dan argumentasi dari penulis guna mencari keterkaitan dengan teori yang sudah ada.

1.5 Sistematika Penulisan

I. Pendahuluan

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

II. Cakrawala Kota (skyline)

Bab ini menjelaskan teori mengenai definisi, proses terbentuknya cakrawala kota, serta nilai dan fungsi dari cakrawala kota.

III. Citra Visual Kota

Bab ini berisi pengertian dari citra kota dan bagaimana sebuah citra dapat terbentuk sebagai akibat dari hadirnya cakrawala kota serta dampaknya bagi segi bisnis dan pariwisata.

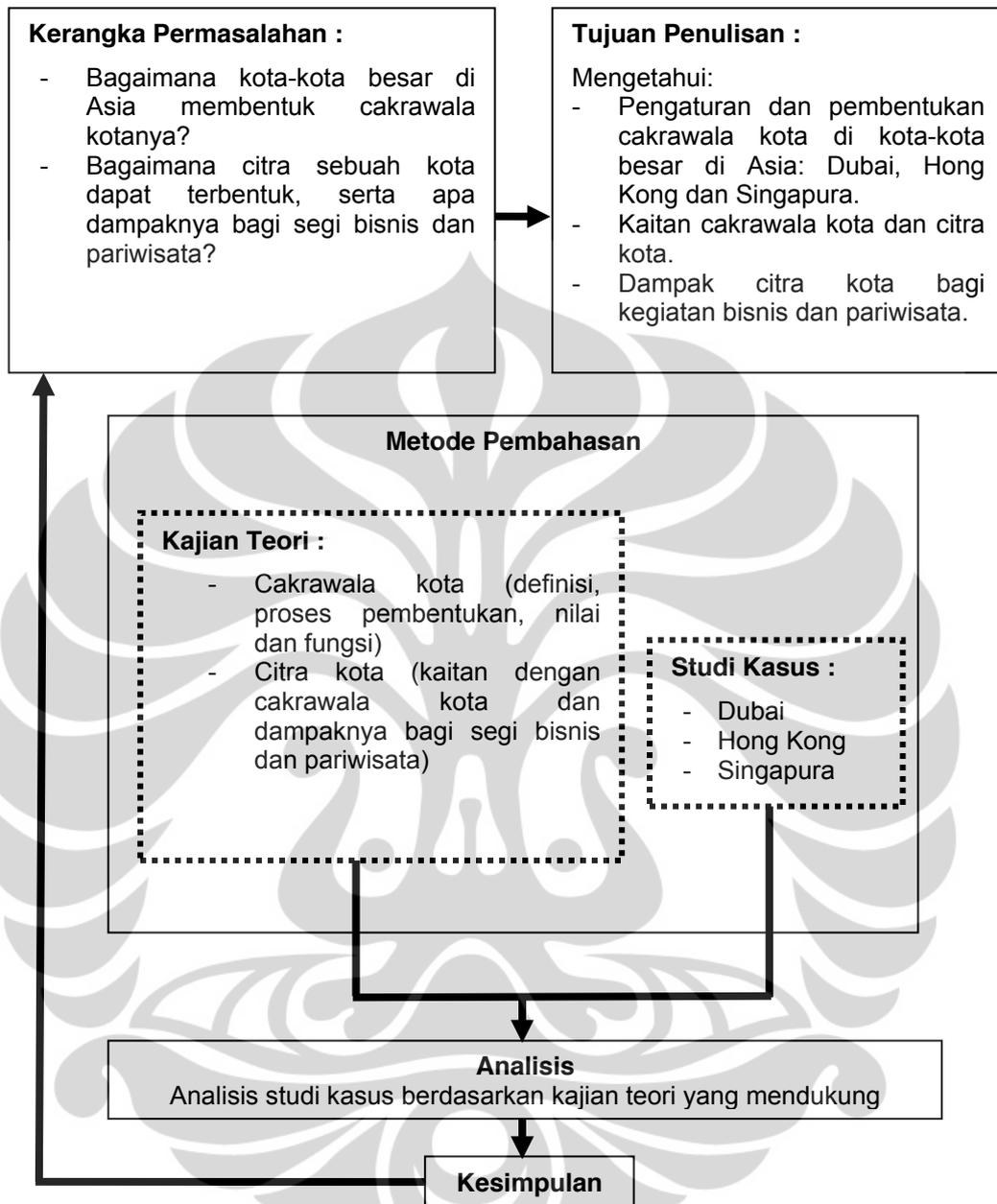
IV. Studi Kasus dan Analisis

Bab ini berisi pembahasan mengenai studi kasus yang diambil beserta analisisnya berdasarkan teori-teori yang mendukung.

V. Kesimpulan

Bab ini berisi hasil pemikiran akhir penulis dari seluruh bab yang telah dibahas sebelumnya.

1.6 Sistematika Pemikiran



BAB 2

CAKRAWALA KOTA (*SKYLINE*)

”Architects and city fathers would be surprised at the amount of public concern over a city’s skyline.”

(Ada Louise Huxtable, 1976 dalam Attoe, 1981:1)

2.1 Definisi

Definisi tradisional atau umum dari *skyline* disebutkan oleh Kostof (1991) sebagai *”the line where earth and sky meet each other”* (Lukic, 2011), dimana *Skyline* tercipta dari perpaduan elemen alam, (seperti pohon, gunung, atau laut) dan buatan (arsitektur). Namun terjadi perkembangan di abad ke-20, ketika gambaran pertama yang muncul dalam pikiran seseorang tentang kota di Amerika seringkali adalah *’skyline’*-nya yang terdiri dari bangunan-bangunan pencakar langit. Kota-kota di Amerika mulai secara praktis menggunakan kata *’city’* dan *’skyline’* sebagai kata yang bermakna sama. Kota (*city*) tidak lagi menjadi fenomena bangunan bertingkat rendah dengan menara yang simbolik, namun cakrawala kotanya (*skyline*) yang lebih berfungsi sebagai simbol *’kota’*. (Ford, 1994: 10).

Akibatnya, dunia arsitektur kemudian membuat definisi tambahan untuk skyline dengan makna yang lebih arsitektural. Dalam *Oxford English Dictionary, Supplement* (1971), disebutkan bahwa *”Skyline defined as the outline or silhouette of a building or number of buildings or other object seen against the sky”* (Attoe, 1981). Sedangkan dalam *Dictionary of Architecture and Landscape Architecture*, *skyline* merupakan *“arrangement of roofs, chimney-stacks, spires, and other architectural accessories, creating a pattern against the sky, often picturesque”* (Curl, 2000). Selanjutnya kata *’skyline’* Penulis terjemahkan sebagai *’cakrawala kota’* mengacu kepada maknanya yang lebih tersampaikan dan lebih menarik secara arsitektural.

Dari kedua definisi di atas, cakrawala kota secara visual diartikan sebagai siluet, namun ternyata cakrawala kota (*urban skyline*) dan pemandangan kota

(*urban panorama*) sering digunakan dengan makna yang sama walaupun ada perbedaan di antara keduanya. "*Urban skyline represents vertical plan (projection) of urban form, that is, its two dimensional presentation (2D). Panorama represents three dimensional presentations (3D) of urban form, watching it from an elevated point (3D),*" (Lukic, 2011).



Gambar 2.1. Siluet Cakrawala Kota New York (*Urban Skyline*) Secara Dua Dimensional

Sumber: www.dreamstime.com



Gambar 2.2. Pemandangan Kota (*Urban Panorama*) New York Secara Tiga Dimensional (atas) dan Ketika Dilihat dari Ketinggian (bawah)

Sumber: www.dreamstime.com

Sehingga kemudian dalam skripsi ini, penulis menggunakan siluet (2D) dan pemandangan kota (3D) sebagai perwakilan yang sama dari cakrawala kota.

Universitas Indonesia

2.2 Proses Terbentuknya Cakrawala Kota

Cakrawala kota tidak begitu saja terjadi, melainkan ada sebuah proses perencanaan yang mengiringinya, terutama dari segi ekonomi dan politik. Proses Terbentuknya cakrawala kota juga berkaitan erat dengan perkembangan arsitektur pencakar langit karena cakrawala kota merupakan penampilan siluet maupun pemandangan dari kumpulan bangunan pencakar langit. Ditegaskan oleh Lim dan Heath (1994), *“The environmental impact of tall buildings is symbolic and aesthetic as well as visual”* sehingga *“The effect of tall buildings is greatest in relation to the urban skyline,”* (hal.1).



Gambar 2.3. Kronologi Perkembangan Pencakar Langit

Sumber: dari berbagai sumber, telah diolah kembali

Dilihat dari sejarahnya, pembangunan pencakar langit sudah dimulai sejak abad ke-19. Pencakar langit pada masa itu sangat dipengaruhi oleh arsitektur Eropa, namun di Amerika-lah pada empat dekade pertama di abad ke-20, bangunan pencakar langit tidak lagi menjadi sesuatu yang aneh dalam arsitektur komersial melainkan menjadi lambang kejayaan sekaligus cerminan abad ke-20. Davis (1989), arsitek pencakar langit pertama New York mengatakan bahwa pencakar langit di New York adalah sebuah visi baru dari modernisme dan sebagai pintu gerbang menuju dunia baru. Bangunan-bangunan tinggi kemudian menjadi citra kota New York setelah tahun 1900, dan lebih lanjut menjadi citra kota-kota Amerika yang menuju kedewasaan dalam berarsitektur.

“Bangunan komersial terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi rangka baja dan lift, dua bentuk inovasi teknologi yang pada satu sisi memungkinkan pembangunan pencakar langit dan pada sisi lain menyebabkan bangunan pencakar langit menjadi praktis dan dapat mempunyai ketinggian lebih dari 12 atau 15 lantai,” (Goldberger, 1994: 5).

Kemudian seiring dengan berjalannya waktu, muncul kebutuhan akan sistem transportasi massal yang baik di pertengahan tahun 1800-an. Kota-kota di Amerika mulai melakukan inovasi dalam menggabungkan bangunan perkantoran yang merupakan bangunan pencakar langit dengan kereta listrik agar tetap dapat terlihat baik secara keruangan dengan cara kereta listrik tersebut dioperasikan di atas ataukah di bawah tanah sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, pada abad ke-20, masyarakat telah terbiasa dengan pemandangan cakrawala kota yang memiliki banyak bangunan tinggi dan dilengkapi dengan infrastruktur yang canggih, seperti sistem transportasi massal.

Selain itu, cakrawala kota juga diatur dalam peraturan tata kota dimana dapat menghasilkan citra makro secara visual. *“by urban regulations we could impact on its affirmation and desirable shape, could be summarized through four fields,”* (Lukic, 2011). Keempat aturan tersebut yaitu:

- *Aesthetic / Visual Regulation*

Elemen visual sangat dibutuhkan dalam perancangan kota karena perancangan perkotaan yang baik akan membuat kota menjadi lebih berkarakter dan berkualitas sehingga mendapat penghargaan dari banyak orang. Lynch (Stamps et al. 2005) adalah perintis dari peraturan visual ini, dia menyatakan bahwa *“it should be lead by visual plan: series of recommendations and regulations...all in concern of visual form in urban scale”*. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa keindahan bukan terletak pada subyektivitas perorangan, melainkan ditegaskan oleh Langdon (1984), “orang biasanya sependapat akan hal-hal yang menyenangkan dan yang tidak” (Goldberger, 1994: 203).

- *Height Regulation*

Peraturan ketinggian dimulai dari kota-kota di Amerika dimana *landmark* atau monumen penting diatur agar tetap menjadi yang tertinggi di sebuah kota. “*Washington is the nation’s horizontal city, thanks to an unrepealed Act of 1910 which set the maximum building height at 130 feet (39,6 m)*” (Kostof 1991: 312).

- *Regulation of View Corridors (Important Vistas)*

“*Skyline of the city could be perceived only by observing it from a long distance (long view) which incorporates larger part of the city and neglects details of space elements.*” Ada tiga jenis pemandangan cakrawala kota, yaitu di sepanjang jalan (jika dilihat dari tempat kita berdiri). Pemandangan tepi air (sungai atau tepi laut) dan yang terakhir dilihat dari ketinggian (dari puncak gunung atau dari bangunan tinggi).

Untuk merencanakan sebuah perlakuan terhadap suatu jalur lalu lintas di perkotaan, ada sebuah teori mengenai ‘pertimbangan jamak’ (*multiple considerations*) di dalam perancangan kota. Teori ini dipakai untuk menentukan penempatan dan bentuk bangunan-bangunan yang berdekatan di dalam perancangan ruas jalan. Contohnya untuk mendapatkan suatu jalur yang memiliki pemandangan lingkungan yang baik, penempatan bangunan tinggi harus dikomposisikan secara bergantian di kiri dan kanan jalur dengan bangunan berketinggian rendah di antaranya, sehingga terhindar dari efek ‘dinding menerus’ yang dapat menutupi pemandangan indah pada suatu jalur.

- *Choosing Locations for Positioning Urban Landmarks*

Menempatkan Bangunan tinggi atau *landmark* kota yang menarik dapat berkontribusi terhadap citra buruk cakrawala sebuah kota. Namun yang perlu diperhatikan adalah lokasi *landmark* tersebut harus dipilih dengan hati-hati sehingga layak. Kumpulan bangunan tinggi harus diletakkan secara menarik dan seimbang komposisinya.

Dari keempat peraturan tersebut, apabila diterapkan dapat menghasilkan cakrawala kota yang sesuai dengan identitas/karakter kota dan diharapkan dapat memiliki daya tarik bagi orang yang melihatnya.

2.3 Nilai Cakrawala Kota (*Skyline Score*)

Attoe (1981) menyebutkan bahwa "...cakrawala kota tampaknya berubah, meskipun sebenarnya ia tetap sama. Perasaan yang muncul berbeda pada setiap pertemuan, bergantung pada jam, hari dan cuaca..." (hal. xii). Cakrawala kota memiliki keterkaitan dengan perasaan manusia yang melihatnya. Namun, melalui sebuah perhitungan objektif, New York, Chicago dan San Fransisco mendapat predikat cakrawala kota yang paling mengesankan di tahun 1994.

Untuk membandingkan bermacam-macam cakrawala kota yang berbeda dalam populasi metropolitannya, Ford (1994: 51) merancang perhitungan yang disebut Nilai Cakrawala Kota (*Skyline Score*). Menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S = (B/P) \times H \quad (2.1)$$

S = nilai cakrawala

B = jumlah bangunan dengan ketinggian lebih dari 300 kaki

P = jumlah populasi dalam juta jiwa (berdasarkan *Standard Metropolitan Statistic Area/SMSA*)

H = kombinasi ketinggian dari 3 bangunan tertinggi dalam ribu kaki

Kita dapat menghasilkan nilai cakrawala untuk masing-masing kota metropolitan dan membandingkan mana yang lebih penting, apakah memiliki sejumlah besar gedung pencakar langit atau justru hanya beberapa bangunan yang sangat tinggi. Berikut ini tabel nilai cakrawala pada tahun 1983:

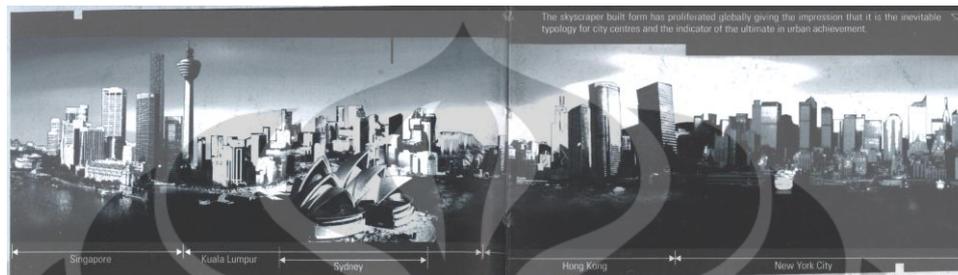
Tabel 2.1. Nilai Cakrawala Kota dan Jumlah Ruang Kantor CBD

Kota	Nilai Cakrawala	Ruang Kantor CBD (juta meter persegi)
New York	52,5	350,0
Chicago	32,8	99,0
Houston	25,1	75,5
San Fransisco	15,0	50,5
Atlanta	14,7	28,5
Boston	9,7	50,1
Detroit	4,9	28,5

Sumber: Cities and Buildings (Larry R. Ford, 1994: 52)

Selanjutnya untuk memahami fungsi dari sebuah cakrawala kota, penulis membaginya menjadi empat bagian sebagai berikut:

2.4 Cakrawala Kota sebagai Kumpulan Lambang/Tanda



Gambar 2.4 Cakrawala Beberapa Kota yang Terkenal dengan *Landmark*-nya

Sumber: Reinventing The Skyscraper, (Ken Yeang, 2002: 34)

Gambar di atas menunjukkan cakrawala kota-kota besar yang disejajarkan seperti Singapura, Kuala Lumpur, Sydney, Hong Kong, dan New York, dimana tampak jelas bahwa masing-masing kota memiliki *landmark* (penanda) dan keistimewaan dari segi kerapatan dan tingkat ketinggiannya masing-masing. Nampak pula bahwa Hong Kong dan New York terlihat lebih rapat dan tinggi dibandingkan tiga kota lain di sebelahnya.

Gambar tersebut juga menunjukkan bahwa dalam sebuah cakrawala kota dapat terdiri dari beberapa *landmark* yang seringkali beberapa di antaranya merupakan bangunan pencakar langit. Namun dapat pula ditemui bahwa cakrawala kota itu sendiri yang menjadi sebuah *landmark* kota. Pusat kota dapat menjadi suatu kawasan yang simbolik dan monumental dan justru menjadi dikenal karena cakrawala kotanya. Fungsi *landmark* dari sebuah kawasan yaitu untuk membantu seseorang mengetahui dimana ia berada dan bagaimana ia menuju tempat yang diinginkan. Sedangkan untuk cakrawala kota, *landmark* menjadi ciri khas suatu cakrawala kota, juga menjadi penunjuk bahwa seseorang sedang berada atau melihat suatu kota tertentu.

Dalam kaitannya dengan pariwisata, banyak kota memiliki menara observasi (tempat menikmati pemandangan kota dari posisi ketinggian tertentu) di lantai teratas bangunan dengan tujuan untuk menarik wisatawan, memberi hiburan

Universitas Indonesia

bagi pengunjung atau hanya sekedar untuk menciptakan *landmark*. Namun, hilangnya *landmark* pada suatu kawasan juga mampu merubah cakrawala sebuah kota.

Dahulu, gedung World Trade Center merupakan simbol aspirasi kota New York. Ketika gedung tersebut masih berdiri, cakrawala kota New York memiliki penampilan yang indah dari berbagai arah. Arah yang paling berkesan adalah ketika gedung tersebut muncul di tepi air. Namun, semenjak bencana terorisme tersebut, New York terpaksa menghapus keberadaan dua menara World Trade center dari rekaman cakrawala kotanya.

2.5 Cakrawala Kota sebagai Identitas Sosial

Cakrawala kota yang baik harus dapat menjadi petunjuk, indeks kekuatan, proses, atau nilai-nilai dari sebuah kota. Sebuah cakrawala dapat mengakomodasi rasa arsitektural dalam perencanaan kota karena sangat mungkin untuk membuat sebuah cakrawala kota terlihat sesuai dengan apa yang kita inginkan. Jika sebuah cakrawala kota terbentuk dari gedung-gedung perkantoran, atau gedung apartemen, maka dapat tercermin keadaan struktur pajak, politik dan tatanan sosial dari komunitas di kawasan tersebut. Namun dikatakan pula oleh Attoe (1981) bahwa batas ketinggian bangunan tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan sebuah kota dan tidak ada bukti bahwa cakrawala yang mencolok dan informatif dapat membuat sebuah kota menjadi lebih makmur atau lebih baik bagi penduduknya untuk bertempat tinggal (hal. 117). Namun ada bukti bahwa cakrawala kota dapat mempengaruhi kebanggaan warga lokal terhadap kotanya.

2.6 Cakrawala Kota sebagai Fungsi Estetika

Pengalaman menyenangkan dari sebuah cakrawala kota, daya tarik visual dan keindahannya bergantung pada 3 faktor, yang pertama dari bentuk cakrawala kota itu sendiri, yang kedua adalah keadaan lingkungan di sekitarnya (cahaya, kondisi cuaca, kualitas air) dan faktor terakhir adalah pemikiran serta kecenderungan pergaulan yang dibawa ketika seseorang melihat sebuah cakrawala (Attoe, 1981: 51). Dengan demikian, dua faktor pertama berhubungan

Universitas Indonesia

dengan ciri fisik dari cakrawala kota sedangkan faktor ketiga berhubungan dengan mental atau kerangka persepsi orang yang melihat, bagaimana ia melihat dan apa yang sudah ia lihat sebelumnya.

Sebagai implikasi fungsi estetika dari cakrawala kota terhadap pariwisata, cakrawala dapat memberi pengunjung pemandangan yang dramatis untuk kebutuhan fotografik dan sebuah kesan yang tak terlupakan. Hal ini membuat masing-masing kota sebaiknya memiliki minimal satu cakrawala yang direncanakan. Cara menentukannya adalah dengan menemukan sebuah tempat dimana pengunjung dan warga merasa bangga dengan tempat itu sehingga kemudian tempat tersebut dapat direkam dari sisi terbaik. Attoe (1981) juga mengatakan bahwa, *"In other cases, specific sites are set aside for picturesque views of skylines: Mount Victoria at Hong Kong, Mount Royal in Montreal, and Mount Victoria at Auckland"* (hal. 78). Terjadi sebuah transformasi keindahan ketika cakrawala yang kita lihat secara langsung menjadi sebuah gambaran dengan sudut pandang yang memperlihatkan cakrawala kota dalam bentuk yang jauh lebih kecil atau disebut foto.

Hal yang paling penting dalam menentukan keindahan atau estetika dari sebuah cakrawala kota adalah keberadaan ruang diantara tiap-tiap bangunan dan garis langit dan bagaimana cara untuk membingkai pemandangan tersebut. Para pecinta keindahan biasanya memotret cakrawala kota menjadi foto, dan menganggap bahwa cakrawala kota sama menariknya seperti objek-objek hiburan lain. Berdasarkan hasil penelitian di Chicago, cakrawala kota juga merupakan sebuah objek wisata.

2.7 Cakrawala Kota sebagai Ikon

Sebuah ikon menampilkan kemiripan, perwakilan, sesuatu yang secara fisik menggambarkan subjeknya secara mendasar. Berkaitan dengan ikon, cakrawala kota seringkali dimanfaatkan sebagai bagian dari promosi utama sebuah kota. Dalam konteks ini, produk atau layanan jasa menggunakan cakrawala kota sebagai daya tarik yang sekaligus dapat membangkitkan ketertarikan seseorang terhadap suatu tempat.

Sebuah ikon dari cakrawala kota dapat menjadi lebih diminati dan diingat oleh masyarakat karena kaya akan makna dan lambang dalam menampilkan ciri khas dan keadaan sosial kota. Sebagai contoh, sebuah lukisan tentang cakrawala kota Oxford yang dibuat oleh J. Boydell di tahun 1784 lebih terkenal dibandingkan foto asli cakrawala kota Oxford sendiri dikarenakan sang pelukis memilih sendiri posisi bangunan-bangunan dan suasana kotanya sehingga secara visual lebih kuat dibandingkan dengan keadaan aslinya.



Gambar 2.5 Lukisan Cakrawala Kota Oxford Berjudul: *A South Prospect of the City of Oxford* oleh J. Boydell

Sumber: www.arcadja.com (3 Juni 2012, 12:08)

BAB 3 CITRA KOTA

3.1 Cakrawala dan Citra Kota

“The skyscraper, more than any other building type, has the capacity to capture the public imagination”

(Howeler, 2003)

Citra (*Image*) adalah sesuatu yang tampak oleh indera manusia, tetapi tidak memiliki eksistensi substansial. (Yasraf Amir Piliang, 2003 dalam Thenearto, 2008: 31). Dalam hal ini, cakrawala sebuah kota dipahami sebagai potret atau gambaran kota yang kemudian membuat orang yang melihatnya menafsirkan dalam sebuah citra. Cakrawala kota menampilkan proyeksi bangunan secara vertikal dari sebuah kawasan di kota atau lebih besar lagi (dalam hal keruangan). Sehingga dapat dikatakan pula merupakan citra perkotaan secara makro. *“Appeal of cities manifests itself in their public space, which includes public urban macro-images. In other words, urban skyline,”* (Lukic, 2011).

Lebih lanjut dijelaskan pula oleh Thomas W.J. Mitchel bahwa tipologi citra dapat berbentuk grafis (gambar, patung, desain), optikal (cermin dan proyeksi), perseptual (*sense* data dan penampakan), mental (mimpi, ingatan, dan fantasi), dan yang terakhir citra verbal (metafora dan deskripsi). Dalam wujud grafis, citra adalah sebuah objek yang dibentuk oleh unsur-unsur visual yang konkret di dalam ruang (garis, bentuk, bidang, warna, dan tekstur). Sedangkan dalam wujud perseptual, citra merupakan unsur-unsur visual sebuah objek sebagaimana ia hadir dalam pemikiran seseorang.

Pembahasan mengenai munculnya sebuah citra sebagai akibat dari objek berupa cakrawala kota dalam skripsi ini berkaitan dengan tipologi grafis dan perseptual, dimana penulis mencoba membahas wujud-wujud grafis dari sebuah cakrawala kota yang lebih banyak berhubungan dengan pariwisata. Sedangkan dari tipologi perseptual, membahas mengenai gambaran seperti apa yang membuat seseorang memutuskan untuk berwisata atau melakukan kegiatan bisnis

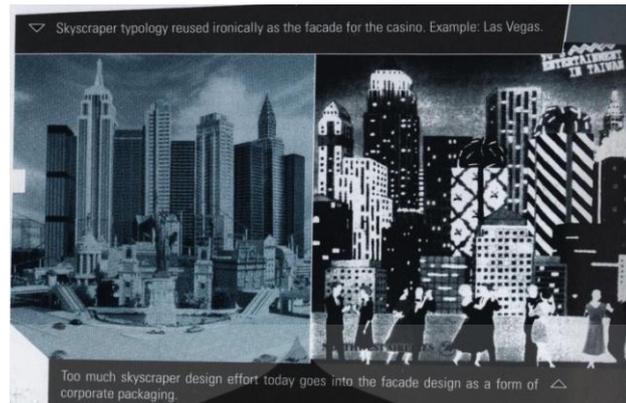
di suatu kota. Citra dalam hal ini dikaitkan dengan elemen-elemen visual yang membentuk sebuah objek (citra visual).

Kita tidak mungkin bisa merepresentasikan citra suatu cakrawala kota secara objektif dan seragam sebab sebuah objek dapat mempunyai dua citra, yaitu citra aktual dan citra mental yang dibentuk oleh orang yang berbeda seperti yang telah dijelaskan di sub bab sebelumnya, bahwa kemampuan dan lingkungan sekitar mempengaruhi seseorang dalam memaknai sesuatu yang ia lihat, dalam hal ini yaitu citra dari sebuah cakrawala kota.

Cakrawala kota yang terdiri dari bangunan-bangunan tinggi dapat dihubungkan dengan citra modern karena istilah 'modern' di sini berkaitan dengan istilah 'arsitektur metropolitan' yang muncul di abad ke-20. "Ditunjang oleh kemampuannya beradaptasi dengan urbanisme, 'arsitektur metropolitan' dan fenomena *bigness* seolah identik dengan kota besar," (Soraya, 2003 hal.35). Dikatakan pula bahwa 'arsitektur metropolitan' memiliki kecenderungan untuk menghasilkan bangunan-bangunan berukuran besar, yang melebihi skala manusia. Dalam hal ini termasuk bangunan pencakar langit. Rem Koolhaas juga menyebutkan bahwa Bigness dan arsitekturnya adalah fenomena yang tidak terelakkan bagi kota metropolitan, sehingga segala bentuk penyangkalan terhadapnya akan sia-sia (Soraya, 2003: hal.36).

3.2 Citra Bisnis pada Cakrawala Kota

Citra visual yang paling terlihat dari suatu kawasan bangunan pencakar langit adalah citra bisnis yang dimulai ketika kota-kota di Amerika menyebut pusat kota sebagai kawasan pusat bisnis atau *Central Business District* (CBD). Bangunan pencakar langit menjadi simbol kebanggaan dan ajang promosi dari perusahaan yang berada di baliknya. Inti dari kawasan pusat bisnis ini adalah sebagai pusat aktivitas yang elit dan memiliki nilai investasi yang besar dan terus meningkat di sebagian besar bangunan pencakar langit. Hal ini terjadi karena kegiatan perkantoran membutuhkan interaksi yang intensif dalam ruang yang sangat kecil, sehingga dibutuhkan lokasi yang strategis dan terpusat. Akibatnya pemilik bisnis berusaha untuk mendapatkan lokasi yang paling strategis di pusat kota.



Gambar 3.1. Transformasi Bangunan Pencakar Langit Menjadi Kemasan Bisnis

Sumber: *Reinventing The Skyscraper*, hal. 20

Dengan meningkatnya kepentingan perdagangan dan keuangan di abad ke-15 dan ke-16, bangunan dengan fungsi perkantoran dan ruang terbuka dikembangkan untuk menyediakan sarana berinteraksi tingkat tinggi yang biasa terjadi pada lingkungan bisnis. Rancangan bangunan pun disesuaikan dengan gaya konsumerisme publik. Hanya bangunan tinggi dan menguntungkan yang dapat dibangun di pusat kota, yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa hanya bangunan komersial yang cocok berada di pusat kota akibat mahalnya harga tanah di area perkotaan.

Terjadi beberapa masalah perancangan akibat munculnya bangunan pencakar langit di pusat kota, yaitu merubah perbedaan menjadi penyeragaman, kualitas menjadi kuantitas dan kepentingan budaya menjadi kepentingan ekonomi (Orum, 2003: 47). Bisnis selalu memiliki dampak yang besar dalam membentuk kota yang maju, baik dalam kinerja pengembang real estat maupun pekerja bank yang mengontrol harga sewa bagi masyarakat. Tekanan dalam bidang ekonomi tampak memainkan bagian penting dalam membentuk pemandangan kota. Banyaknya bangunan pencakar langit dalam suatu cakrawala kota memberikan persepsi bahwa di sanalah kegiatan bisnis berlangsung.

Dalam suatu kawasan bisnis, dibutuhkan pula infrastruktur yang memadai, seperti sarana transportasi massal. Kebutuhan akan transportasi massal di kawasan pencakar langit ini didukung pula oleh Ford (1994) yang menyebutkan bahwa ada kaitan langsung antara kekayaan dan kekuatan rakyat dengan teknologi transportasinya yaitu kawasan yang memiliki kemampuan untuk mengadakan

sistem transportasi yang efektif, terbukti dapat meningkatkan taraf kemajuan masyarakat kotanya (hal. 2). Yang berarti pula, semakin baik suatu sistem transportasi suatu kawasan, semakin mudah pula kegiatan bisnis dapat berjalan.

3.3 Citra Pariwisata Pada Cakrawala Kota

“...urban government have been much exercised about the 'image' of their cities as a tourists destination and as an attractive place to live.”

(Lim, Bill and Heath, Tom, 1994)

Begitu pentingnya citra sebuah kawasan sebagai tempat rekreasi, baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan, dijelaskan lebih lanjut oleh Yeang (2002: 216), cakrawala yang terbentuk harus mengangkat identitas dan perasaan memiliki di dalam kawasan semata-mata untuk meningkatkan keunikan dari setiap kota yang kemudian berpengaruh pada ketertarikan pengunjung. Keberadaan bangunan hotel juga merupakan unsur dalam pariwisata, namun bukan hanya sekedar ada, melainkan bagaimana cara menciptakan sejumlah ruang yang dapat mendukung pertunjukkan wisata yang beragam, serta menyediakan infrastruktur yang berskala internasional dan meyakinkan elemen-elemen tersebut dapat sesuai dengan minat pengunjung.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gastil di tahun 2002, obyek wisata yang paling populer di kota New York adalah wisata naik kapal menuju patung Liberty, disusul di peringkat dua oleh lantai teratas gedung World Trade Center, tempat pengunjung dapat menyaksikan pemandangan kota yang mengesankan (hal. 22). Tampak bahwa Patung Liberty sebagai *landmark* yang merupakan bagian dari cakrawala kota menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang dan mengambil foto sebagai cinderamata, sedangkan lantai teratas gedung WTC yang merupakan bangunan pencakar langit memiliki nilai jual, dimana pengunjung dapat menyaksikan pemandangan kota dengan sudut pandang *aerial view* secara keseluruhan.



Gambar 3.2. Cakrawala Kota sebagai Pemandangan yang Bernilai Jual dalam Pariwisata
Sumber: www.shimworld.wordpress.com (30 Mei 2012, 12:15)



BAB 4

STUDI KASUS DAN ANALISIS

4.1 Alasan Pemilihan Studi Kasus

Lokasi studi kasus pada skripsi ini adalah Hong Kong, Dubai dan Singapura dengan beberapa alasan sebagai berikut:

1. *Dari sisi lokasi*

Memiliki kerapatan bangunan cukup tinggi (akan dijelaskan dalam tabel maupun grafik di bawah ini) dan letaknya terpusat dalam sebuah kawasan.

2. *Dari sisi pembaca*

Ketiga kota tersebut memiliki ciri yang khas dan secara umum sudah banyak diketahui oleh masyarakat karena walaupun secara sumber daya alam tidak menonjol, kota tersebut memiliki kemajuan pesat dalam pariwisata dan bisnis.

3. *Dari sisi penulis*

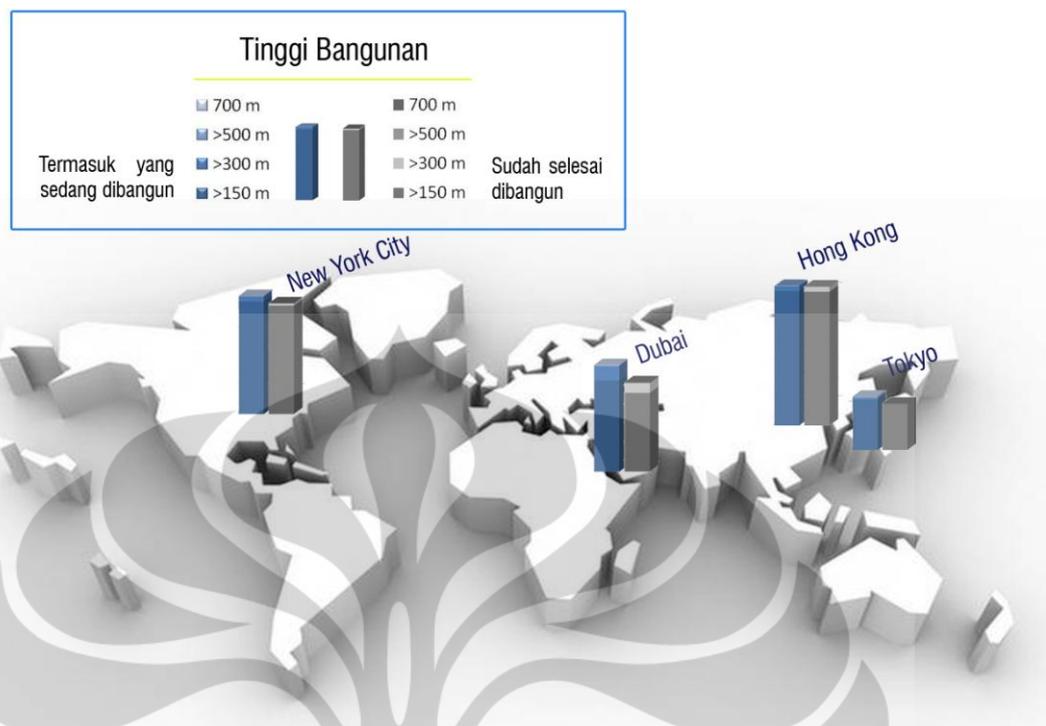
Kemudahan dalam pencarian data, terutama Hong Kong dan Singapura.



Gambar 4.1. Persebaran Lokasi Studi Kasus

Sumber: www.dreamstime.com (5 Juli 2012, 23:20, telah diolah kembali)

Berikut ini gambar, tabel dan grafik yang berhubungan dengan data pencakar langit di kota-kota di dunia.



Gambar 4.2. Grafik Kota dengan Minimal 100 Bangunan Pencakar Langit di Atas 150 meter

Sumber data: www.answers.com (29 Mei 2012, 1:48, telah diolah kembali)

Sumber gambar: www.forum.xcitefun.net (6 Juli 2012, 09:32, telah diolah kembali)

Pada gambar di atas terlihat bahwa Hong Kong memiliki jumlah bangunan pencakar langit terbanyak dan sudah selesai dibangun, disusul oleh New York City yang merupakan perintis bangunan pencakar langit, kemudian Dubai dan Tokyo. Apabila dilihat dari perbedaan antara jumlah bangunan yang sudah selesai dengan yang sedang dibangun, Dubai memiliki perbedaan jumlah terbesar yang menunjukkan bahwa kota ini sedang dalam tahap pembangunan. Banyaknya jumlah pencakar langit di atas 300 meter juga menunjukkan bahwa Dubai tidak hanya sedang membangun, tetapi juga berambisi untuk menjadi yang terdepan dalam hal teknologi bangunan pencakar langit.

Barulah ketika kota-kota yang memiliki bangunan di atas 100 meter dibandingkan, kota Singapura masuk dalam nominasi dan mendapat peringkat ke-11 setelah Kuala Lumpur. Menunjukkan bahwa Singapura memiliki banyak bangunan tinggi, namun tidak cukup menonjol dikarenakan pembatasan

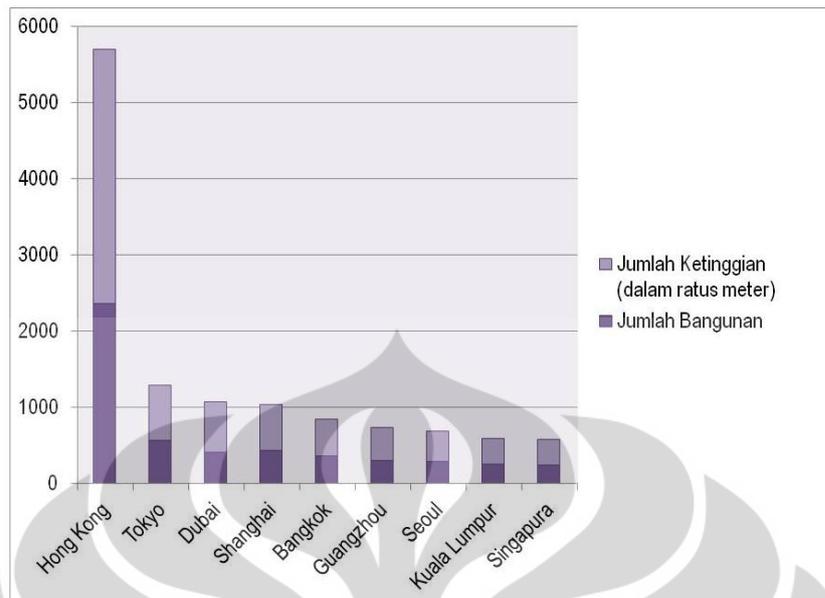
ketinggian yang berlaku di kotanya. Nampak pula bahwa Hong Kong menempati posisi pertama kembali dengan jumlah bangunan tiga kali lebih banyak dibandingkan New York City yang berarti sulit untuk mengalahkan jumlah ini bagi kota-kota lain. Dapat dibayangkan pula betapa padatnya kota Hong Kong dengan bangunan pencakar langitnya.

Tabel 4.1. Kota dengan Ketinggian Bangunan di Atas 100 meter

Peringkat	Kota	Negara	Jumlah Bangunan	Jumlah Ketinggian (m)
1	Hong Kong	 Hong Kong	2354	333,836
2	New York City	 United States	794	109,720
3	Tokyo	 Japan	556	73,008
4	Dubai	 United Arab Emirates	403	66,248
5	Shanghai	 China	430	59,958
6	Bangkok	 Thailand	355	48,737
7	Chicago	 United States	341	48,441
8	Guangzhou	 China	295	42,865
9	Seoul	 South Korea	282	39,308
10	Kuala Lumpur	 Malaysia	244	34,035
11	Singapore	 Singapore	238	33,735

Sumber: www.answers.com (29 Mei 2012, pk 1:48)

Dari tabel di atas, penulis kemudian mencoba membandingkan kota-kota di Asia saja sehingga dihasilkan grafik sebagai berikut:



Gambar 4.3. Perbandingan Jumlah Bangunan Pencakar langit di Kota-Kota di Asia dengan Ketinggian Bangunan di Atas 100 meter

Sumber: www.answers.com (29 Mei 2012, 1:48, telah diolah kembali)

4.2 Dubai

4.2.1 Sejarah Kota Dubai

Emirat Dubai modern diawali dengan pembentukan Uni Emirat Arab (*Uni Arab Emirates/UAE*) yang terdiri dari tujuh emirat setelah Inggris meninggalkan Teluk Persia pada tanggal 2 Desember 1971. Namun, kota Dubai sendiri telah ada kurang lebih 150 tahun sebelum pembentukan UAE. Bila dibandingkan dengan keenam emirat lainnya, Dubai memiliki populasi terbesar dan merupakan emirat terbesar kedua menurut luasnya, setelah Abu Dhabi.



1993



1999

Universitas Indonesia



2006

2007

Gambar 4.4. Perkembangan Kota Dubai

Sumber: www.dubai-architecture.info (30 April 2012, 12:55)

Dari sisi ekonomi, di tahun 1970-an, Dubai terus tumbuh dari pendapatan yang dihasilkan dari industri minyak dan perdagangan. Zona Bebas Jebel Ali yang terdiri dari Pelabuhan Jebel Ali yang didirikan pada tahun 1979 mendapat peringkat ke-9 di dunia menurut frekuensi lalu lintas kontainernya (*About*, n.d.). Pelabuhan ini melayani pergudangan dan distribusi barang, memberikan perusahaan-perusahaan asing kemudahan dalam impor buruh dan ekspor. Di tahun 2006, 6% dari pendapatan Emirat ini masih didapatkan dari minyak bumi dan gas alam. Sedangkan sebagian besar lainnya didapat dari Otoritas Zona Bebas Jebel Ali (JAFZA) serta pariwisata dan layanan yang berorientasi bisnis. Dubai menarik perhatian negara-negara di dunia melalui proyek *real estate* yang inovatif dan acara-acara olahraga tahunannya (*12 Kota*, 2012).



Gambar 4.5. Pelabuhan Jebel Ali pada Tanggal 1 Mei 2007

Sumber: www.wikipedia.org (30 April 2012, 12:55)

Ditinjau dari lokasi geografis, lokasi Emirat Dubai sangat menarik pedagang di sekitar UAE, ditambah dengan kebijakan pemerintah Dubai untuk menurunkan pajak perdagangan sehingga memikat pedagang dari

Universitas Indonesia

Sharjah dan Bandar Lengeh, yang merupakan pusat utama wilayah perdagangan pada waktu itu. Dekatnya letak geografis Dubai dengan India juga menjadikan Dubai sebagai pelabuhan penting bagi pedagang asing, khususnya dari India, dimana banyak dari antaranya yang memutuskan untuk menetap di kota Dubai.

Perang Teluk Persia di tahun 1990 juga memiliki dampak besar pada sisi ekonomi di Dubai, banyak kelompok dagang asing dari Kuwait ketika Perang Teluk Persia dan Bahrain ketika kerusuhan Syiah, memindahkan bisnis mereka ke Dubai. Dubai menyediakan pangkalan pengisian bahan bakar untuk pasukan sekutu di Zona Bebas Jebel Ali selama Perang tersebut dan selama Invasi Irak di tahun 2003. Namun naiknya harga minyak setelah perang memaksa Dubai untuk beralih pada perdagangan bebas, investasi dan pariwisata di kawasan Timur Tengah, yang kemudian menjadi awal mula keberhasilan Zona Bebas Jebel Ali. Keberhasilan ini menimbulkan keinginan untuk membangun zona bebas baru, seperti *Dubai Internet City* yang dikombinasikan dengan *Dubai Media City* sebagai bagian dari TECOM (*Dubai Technology, Electronic Commerce dan Media Free Zone Authority*) dan *Dubai Maritime City*.

Di tahun 2002, kota Dubai mengalami peningkatan jumlah investasi *real estate* pribadi sehingga cakrawala kota Dubai mengalami perubahan, contohnya dengan keberadaan proyek seperti The Palm Islands dan Burj Dubai. Investasi *real estate* ini menarik para selebriti dunia untuk memiliki rumah di Dubai, contohnya David Beckham, mantan kapten tim nasional sepak bola Inggris (Don Kardono, 2011).

4.2.2 Cakrawala Kota Dubai



Gambar 4.6. Siluet Cakrawala Kota Dubai

Sumber: www.depositphotos.com (6 Juli 2012, 1:06, telah diolah kembali)



Gambar 4.7. Cakrawala Kota Dubai di Siang dan Malam Hari

Sumber: tjiahendra.blog.binusian.org (12 April 2012, 18:20)

Sejak tahun 1999 dan semakin pesat di tahun 2005, cakrawala Dubai telah dihiasi 17 bangunan yang memiliki ketinggian di atas 200 meter. Emirat Office Tower, bangunan pencakar langit setinggi 354,6 m yang merupakan bangunan tertinggi di Timur Tengah pada masa itu, telah menoreh prestasi sebagai bangunan pencakar langit tertinggi nomor-13 di dunia yang memiliki 54 lantai dan selesai di tahun 2000.

Dubai saat ini memiliki 270 bangunan pencakar langit yang telah selesai namun jumlah itu terus bertambah dengan pesat, ditunjukkan dengan 339 bangunan masih dalam pembangunan saat ini dan 330 dia antaranya telah disetujui dan ketinggiannya melebihi bangunan lain yang sudah selesai. Misi Dubai adalah memiliki bangunan dengan ketinggian lebih dari 100 lantai sehingga dapat mengalahkan kota-kota lain di dunia pada tahun 2015. Kawasan bangunan pencakar langit Dubai terkonsentrasi di dua lokasi yang berbeda, yang pertama di sepanjang Sheikh Zayed Road antara Trade Centre *roundabout* dan dua *interchange*, sedangkan kawasan yang ke-2

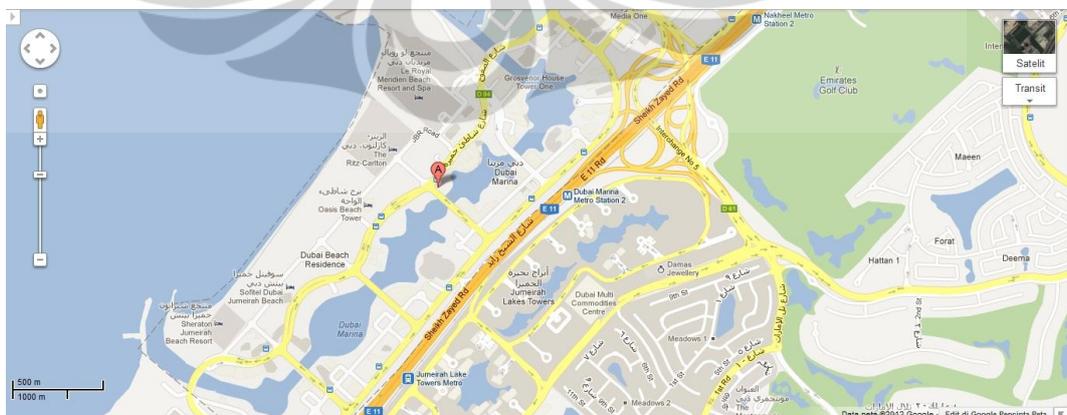
berada di daerah Dubai Marina sehingga menghasilkan dua cakrawala kota yang berbeda.



Gambar 4.8. Pemandangan Cakrawala Kota Sebagai Pintu Gerbang Memasuki Kawasan Bangunan Pencakar Langit
Sumber: dokumentasi oleh Dita Trisnawan (2011)



Gambar 4.9. Lokasi Kawasan Pencakar Langit di Dubai: Dubai World Trade Center
Sumber: googlemap.co.id (26 Juni 2012, 11:40)



Gambar 4.10. Lokasi Bangunan Pencakar Langit di Dubai: Dubai Marina
Sumber: googlemap.co.id (26 Juni 2012, 11:41)

Tiga bangunan tertinggi di Dubai saat ini yaitu Burj Khalifa (828 m), Almas Tower (360 m) dan Emirate Office Tower (355 m). Dengan data tersebut, Penulis mencoba untuk menghitung *Skyline Score* kota Dubai mengacu pada teori Ford, dengan kriteria sebagai berikut:

$S = \textit{Skyline Score}$

$B =$ Jumlah bangunan dengan ketinggian di atas 100 meter

$P =$ Jumlah populasi penduduk (juta jiwa)

$H =$ Total ketinggian dari 3 bangunan tertinggi (ribu meter)

$$\begin{aligned} S &= (B/P) \times H \\ &= (332/1,6) \times 1,543 \\ &= 320,2 \end{aligned} \tag{4.1}$$

Jadi Skyline Score untuk Dubai adalah 320,2

4.2.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota Dubai

Berbagai elemen visual yang membingkai keindahan cakrawala kota Dubai sebagai berikut:

1. *Unsur Air (Danau, Laut, Sungai)*

Unsur air di sini adalah keberadaan perairan di tengah kota yang menarik karena dapat meningkatkan keindahan vista sebuah kawasan bangunan pencakar langit. Danau Dubai yang berada di tengah kompleks bangunan seakan-akan menghidupkan dan menyegarkan kawasan pencakar langit. Ditambah lagi, Dubai memiliki pantai di daerah Dubai Marina yang juga menjadi lokasi favorit bangunan pencakar langit.



Gambar 4.11. Unsur Air di Dubai Marina

Sumber: www.dubai-architecture.info (23 Mei 2012, 17:02)

2. *Promenade*

Promenade ini adalah tempat berjalan kaki yang berada di sekitar Dubai Creek dan Danau Dubai, tempat ini merupakan tempat terbaik untuk melihat keseluruhan cakrawala kota Dubai dengan bangunan-bangunan pencakar langitnya yang beraneka ragam.



Gambar 4.12. *Dubai Creek Promenade*

Sumber: www.dubai-architecture.info (23 Mei 2012, 17:03)

3. *Aerial View*

Pemandangan cakrawala kota ternyata tidak hanya dapat dinikmati dari tempat yang jauh, namun juga menjadi lebih istimewa ketika dilihat dari tempat yang tinggi. Keindahan kota dari ketinggian ini seringkali memiliki potensi komersial ketika dibingkai dalam sebuah foto.



Gambar 4.13. *Aerial View* Kawasan Bangunan Pencakar Langit
 Sumber: jiastisipolcandradimuka.blogspot.com (23 Mei 2012, 17:03)

4. *Cakrawala Kota dalam Grafis*

Keindahan cakrawala kota Dubai membuat beberapa orang melukiskannya kembali dalam gambar yang mungkin saja tidak sesuai dengan keadaan aslinya (sesuai dengan keinginan si pembuat) namun dapat meningkatkan citra cakrawala sebuah kota menjadi lebih baik.



Gambar 4.14. Cakrawala Kota Dubai dalam Grafis
 Sumber: www.dubai-architecture.info (23 Mei 2012, 17:06)

4.2.4. Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Dubai

Pemerintah kota Dubai cukup tanggap terhadap hal-hal apa yang dapat meningkatkan pariwisata di kotanya. Walaupun keadaan alam Dubai merupakan padang pasir yang tandus dan tidak memiliki kekayaan alam yang indah, Dubai memiliki keberanian untuk berinovasi. “It is not the nature but the scale of things that has changed,” (Al Abed, 2006: 53). Selain itu,

“Dengan banyaknya pencakar langit bergaya Manhattan dan pelabuhannya yang sibuk, Dubai menarik turis lebih banyak dari Perancis, lebih banyak kapal dari Singapura dan lebih banyak modal daripada negara-negara di Eropa,” (*Why Dubai*, n.d.).

Proyek-proyek yang menjadi daya tarik wisatawan datang ke Dubai, yang pertama adalah Burj Khalifa, bangunan pencakar langit nomor satu yang paling sering didatangi oleh wisatawan saat ini (*Burj Khalifa*, n.d.). Ketinggian menara ini sangat jauh melampaui bangunan pencakar langit Dubai yang lain sehingga ketika cakrawala Dubai dipotret, tampak dominasi cakrawala oleh menara ini.



Gambar 4.15. Burj Khalifa, Menara Tertinggi di Dunia

Sumber: www.uaeembassyjakarta.org (23 Mei 2012, 18:00)

Yang berikutnya yaitu Hotel Burj Al Arab, hotel termahal di dunia yang diklaim sebagai hotel bintang tujuh. Hotel ini berada di atas pulau buatan seluas 280 meter persegi dengan ketinggian 321 meter. (*Reward*, 2011). Juga sebuah hotel bernama Atlantis yang terletak di Pulau The Palm.



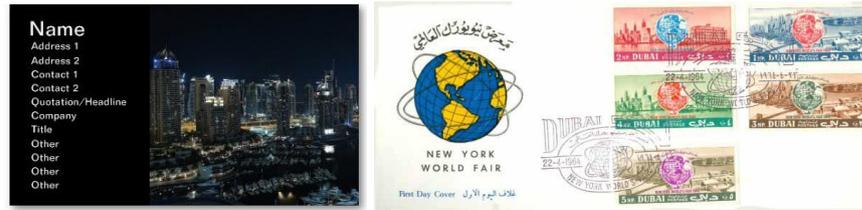
Gambar 4.16. Hotel Burj Al Arab di Dubai

Sumber: <http://www.dubai-architecture.info/HIST-DUBAI.htm> (24 April 2012, 14:00)

Selain itu beberapa proyek reklamasi laut seperti The Palm dan The World sebagai proyek *real estate* yang menarik perhatian masyarakat dunia. Pusat perbelanjaan The Dubai Mall (*shopping mall* terbesar di dunia berdasarkan luas total area) dan Mall of Emirates pun sengaja dibangun untuk memberikan kemewahan dalam berbelanja bagi para wisatawan. Hal ini membuat Dubai dikenal sebagai *the shopping capital of the Middle East* (Mussry, 2010).

Didukung pula dari sisi infrastruktur, Bandara Internasional Dubai merupakan pusat lalu lintas udara dunia dimana 100 maskapai penerbangan melalui rute ini dan didukung oleh jaringan Metro Dubai yang melayani 1,2 juta penumpang setiap harinya sejak tahun 2012. Rata-rata sekitar enam juta turis asing berkunjung ke Dubai setiap tahun, empat kali dari jumlah penduduk Dubai sendiri, berdasarkan data tahun 2005-2006 (Muhammad Zeinizen, 2012).

Seiring dengan popularitas keindahan cakrawala kota sebagai objek wisata, cakrawala kota tersebut juga diabadikan dalam bentuk cinderamata untuk melayani kebutuhan wisatawan sekaligus sebagai media promosi dari kota tersebut.



Gambar 4.17. Kartu Nama dan Perangko Bertema *Skyline* Dubai

Sumber: <http://friends.peoria.lib.il.us/> (24 Mei 15:03)



Gambar 4.18. Tas, Pin dan Magnet Lemari Es Bergambar Burj Khalifa yang Dijual Secara *Online*

Sumber: www.sazzle.com (24 Mei 15:04)



Gambar 4.19. Foto, Kartu Pos dan Stiker Pemandangan Udara Dubai

Sumber: <http://www.thenational.ae/> (24 Mei 15:05)

Dalam waktu kurang dari 30 tahun, kota Dubai telah berubah dari pusat regional menjadi global akibat pertumbuhan bisnis Dubai yang maju pesat, tidak hanya dari segi pariwisatanya. Dari sisi cakrawala kota, kebanyakan bangunan pencakar langit Dubai masih baru sehingga lebih cocok dikatakan bahwa keberadaan ‘Zona Bebas Jebel Ali’-lah yang menyebabkan terjadinya banyak kegiatan bisnis di Dubai. Pendapatan besar Dubai kemudian dipergunakan untuk melakukan pembangunan infrastruktur secara besar-besaran dan menjadikan Dubai salah satu kota ter-*modern* di kawasan tersebut. Didukung dengan infrastruktur yang sangat lengkap dan memadai tersebut, banyak perusahaan kemudian membangun kantornya di kota Dubai dan kemudian menambah ramai cakrawala kota Dubai.

Universitas Indonesia

4.3 Hong Kong

4.3.1 Sejarah Kota Hong Kong

Berdasarkan sejarahnya, Hongkong merupakan kumpulan desa nelayan yang ramai ketika pertama kali dijajah oleh Inggris pada tahun 1842 pasca Perang Opium Pertama melawan China. Ketika itu, Dinasti China telah gagal dalam menghentikan perdagangan opium yang dipimpin oleh Inggris dalam Perang Candu (Wang, 2011). Hongkong kemudian jatuh ke tangan Inggris melalui Perjanjian Nanking pada tahun tersebut.

Hongkong kemudian kembali ke pangkuan China pada 1 Juli 1997 dengan prinsipnya yang unik yakni ‘satu negara dengan dua sistem’. Hongkong hingga sekarang diakui sebagai Daerah Administratif Khusus Republik Rakyat China (RRC) yang memungkinkan Hongkong untuk mendapatkan hak otonomi tingkat tinggi, bebas dalam mempertahankan sistem kapitalis, sistem peradilan yang independen, penegakan hukum yang *rigid*, sistem perdagangan bebas, dan demokrasi.

Hongkong mempunyai pelabuhan megah yang telah diakui sebagai kunci perkembangan perdagangan China, serta memiliki kemajuan industri untuk menjadi pusat keuangan dan jasa terkemuka di Asia. Hong Kong bersama New York dan London disebut sebagai ‘*The Big Three*’ dalam Pusat Keuangan Global (*Hong Kong*, 2010). Selain itu, adanya akulturasi dari pengaruh Timur dan Barat, serta didorong dengan berbagai atraksi yang dimiliki dibarengi pedesaannya yang menakjubkan, membuat Hongkong menjadi tujuan utama wisata di Asia (Apepherya, 2011).

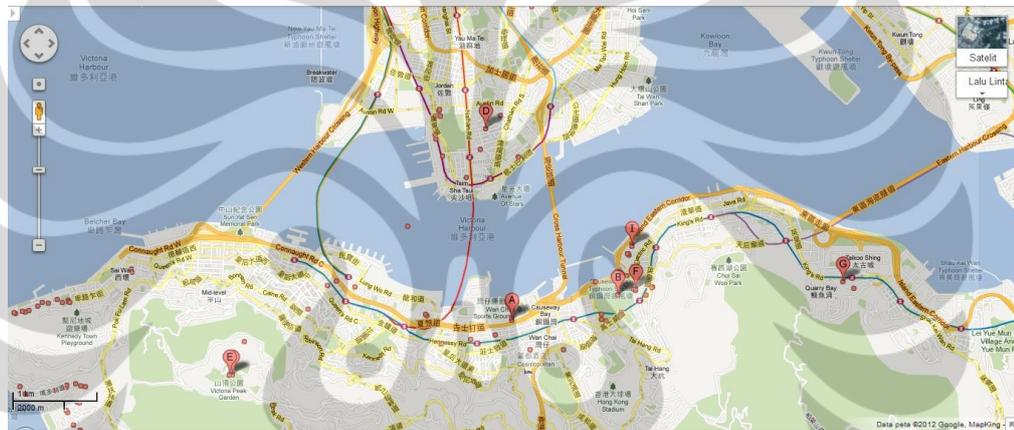
4.3.2 Cakrawala Kota Hong Kong



Gambar 4.20. Siluet Cakrawala Kota Hong Kong

Sumber: www.123rf.com (26 Juni 2012, 10:36)

Cakrawala kota Hong Kong merupakan salah satu yang paling dikenal oleh masyarakat di dunia karena bangunan pencakar langitnya sudah dibangun sejak lama. Hong Kong memiliki 43 gedung dengan ketinggian lebih dari 200 meter, 30 di antaranya dibangun pada tahun 2000. Ada juga sejumlah kondominium yang diperuntukkan untuk perumahan dengan ketinggian 60 lantai. Hong Kong juga memiliki empat dari 17 gedung tertinggi di dunia. Yang berarti 20% dari 20 besar bangunan tertinggi terdapat dalam satu kota. Sehingga Egbert Gramsbergen dan Paul Kazmierczak kemudian menjuluki Hong Kong sebagai “Kota Tertinggi di Dunia” karena memiliki lebih dari 7.500 gedung pencakar langit, lebih banyak dari kota New York (*Info Kota*, n.d.).



Gambar 4.21. Lokasi Kawasan Pencakar Langit di Hong Kong: Hong Kong Island

Sumber: googlemap.co.id (26 Juni 2012, 11:42)

Perbedaan kawasan bangunan pencakar langit Hong Kong ini yaitu pada malam hari, gedung-gedung tinggi ini memiliki ciri khas dengan permainan cahaya dan pantulannya yang menjadikan cakrawala kota Hong Kong sangat unik dan atraktif.



Gambar 4.22. Cakrawala Kota Hong Kong di Siang Hari

Sumber: <http://www.answers.com/topic/skyline/> (12 April 2012, 19:08)



Gambar 4.23. Cakrawala Kota Hong Kong di Malam Hari

Sumber: en.wikipedia.org (12 April 2012, 19:08)

Ketiga bangunan tertinggi di Dubai saat ini adalah International Commerce Center (484 m), Two International Finance Center (413 m), dan Central plaza (374 m). Dengan metode yang sama dengan Dubai, Penulis juga menghitung *Skyline Score* kota Hong Kong dan didapat hasil lebih tinggi dibandingkan Dubai sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 S &= (B/P) \times H && (4.2) \\
 &= (3054/7,5) \times 1,271 \\
 &= 517,5
 \end{aligned}$$

4. 3.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota Hong Kong

Keindahan cakrawala kota Hong Kong, didukung oleh elemen-elemen visual berikut ini:

1. *Unsur Air (Danau, Laut, Sungai)*

Perairan *Victoria Harbour* yang berada di tengah kawasan menjadi pemandangan perkotaan yang menyegarkan.



Gambar 4.24. Pemandangan Kawasan Bangunan Pencakar Langit di Perairan Victoria Harbour

Sumber: <http://hongkong.panduanwisata.com/> (24 Mei 2012, 15:07)

2. Promenade

Tempat berjalan kaki bernama *The Avenue of Stars* yang berada di sekitar Victoria Harbour, biasanya tempat ini digunakan untuk menyaksikan pertunjukkan *Symphony of Lights* karena tepat ini adalah tempat terbaik untuk melihat keseluruhan cakrawala kota Hong Kong dengan latar belakang Gunung Victoria.



Gambar 4.25. Area Promenade The Avenue of Stars

Sumber: dokumentasi pribadi

3. Pencahayaan Bangunan

Menyadari bahwa jumlah bangunan pencakar langit di Hong Kong sangatlah banyak dan menjadi keunikan di Asia, pemerintah menggunakan efek pencahayaan bangunan sebagai nilai jual yang menarik wisatawan dan kenyataan ini segera membuat cakrawala kota Hong Kong menjadi yang paling dicari oleh para wisatawan.



Gambar 4.26. Pencahayaan Bangunan yang Meriah di Hong Kong dengan Latar Belakang Gunung Victoria

Sumber: <http://kathika.com/travel-photo-of-the-day-hong-kong-skyline/> (24 Mei 2012, 15:08)

4. *Keadaan Geografis*

Keadaan geografis Hong Kong yang merupakan dataran miring dimanfaatkan sebagai pembentuk pemandangan kota sehingga pemandangan yang nampak adalah bangunan pencakar langit yang tersusun dengan rapi.

5. *Cakrawala Kota dalam Grafis*

Penggambaran cakrawala Hong Kong pun seringkali diambil dari sisi yang mengarah ke Gunung Victoria. Contoh di bawah ini menggambarkan cakrawala Hong Kong sesuai dengan posisi bangunan aslinya.



Gambar 4.27. Pemandangan Cakrawala Kota Secara Grafis

Sumber: <http://airdiane.blogspot.com/2009/12/hong-kong-china.html> (24 Mei 2012, 15:08)

4.3.4 Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Hong Kong

Sektor pariwisata Hongkong merupakan tonggak utama perekonomian negeri tersebut dengan sekitar 21, 8 juta orang masuk di tahun 2004. Adapun beberapa objek wisata berdasarkan lokasinya di Hongkong sebagai berikut:

1. Kowloon: Star Ferry, Avenue of Stars, dan Tsim Sha Tsui.
2. Hongkong: Victoria Harbour, Victoria Park, Aberdeen, Ocean Park, Menara Bank of China, Hongkong Convention and Exhibition Centre.

(Apepheriya , 2011)



Gambar 4.28. Kemeriahan Kota Hong Kong

Sumber: <http://hongkong.panduanwisata.com/> (24 Mei 2012, 15:08)

Hong Kong tampak memanfaatkan cakrawala kota yang dimilikinya dengan menjadikannya sebagai objek wisata dan digabungkan dengan daya tarik lain seperti:

1. *The Peak*

Keberadaan Gunung Victoria, selain dijadikan latar belakang cakrawala kota Hong Kong, puncaknya juga dijadikan sebagai lokasi untuk melihat cakrawala kota secara *Aerial View*. Banyak wisatawan yang mengabadikan pemandangan cakrawala dengan latar belakang pelabuhan kota ini sehingga pemandangan ini menjadi salah satu yang mudah dikenali oleh masyarakat. The Peak merupakan objek wisata utama Hong

Kong yang dikunjungi oleh tujuh juta wisatawan pertahun (*Victoria, 2011*).



Gambar 4.29. *Tram yang Menuju Victoria Peak Hong Kong*

Sumber: <http://4hongkong.net/victoria-peak.html> (24 Mei 2012, 15:09)

2. *Symphony of Lights*

Merupakan pertunjukan cahaya dan musik yang melibatkan 40 bangunan pencakar langit di kedua sisi Victoria Harbour. Pertunjukan ini memiliki tiga tempat alternatif untuk menonton, yaitu di sepanjang pantai Tsim Sha Tsui antara Avenue of Stars dan Hong Kong Cultural Centre, di tepi laut di luar Golden Bauhinia Square di Wan Chai, atau dari Victoria Harbour.



Gambar 4.30. *Pertunjukan Cahaya Musikal*

Sumber: http://bigpictr.com/?user=23101599@N03&user_method=id (24 Mei 2012, 15:09)

Cakrawala kota Hong Kong juga diabadikan dalam bentuk cinderamata untuk melayani kebutuhan wisatawan sekaligus sebagai media promosi.



Gambar 4.31. Tas, Magnet, Mug dan Kotak Bergambar Skyline Hong Kong yang Dijual Secara *Online*

Sumber: www.sazzle.com (24 Mei 2012, 16:00)



Gambar 4.32. Dasi, Kaos dan Kartu Permainan

Sumber: <http://www.wopc.co.uk/hong-kong/souvenir.html> (24 Mei 2012, 15:03)

Dari sisi bisnis, kebangkitan industri di kota-kota besar memicu negara-negara di Asia untuk juga memajukan ekonominya seperti di Hong Kong dan Seoul. Di akhir tahun 1970 dan di awal 1980, Cina mulai membentuk kekuatan ekonomi dalam negeri dengan membuat sistem perencanaan yang terpusat dan membuka kesempatan bagi investor asing untuk menanamkan modalnya. Yang kemudian membuat Hong Kong populer bagi para investor dikarenakan posisinya sebagai kota pelabuhan bekas imperialis Inggris yang makmur dan terkesan lebih menjamin bagi sektor keuangan.

Menyadari posisi Hong Kong yang diminati tersebut, kota ini membangun pencakar langit secara besar-besaran dengan meneladani teknologi di Amerika pada masa itu. Pemerintah Hong Kong beranggapan bahwa dengan keberadaan bangunan pencakar langit dan sistem transportasi yang memadai dan siap sedia, dapat menarik perusahaan asing untuk datang berbisnis karena citra kotanya yang telah baik dan ternyata kenyataan ini terbukti.

4.4 Singapura, Singapura

4.4.1 Sejarah Kota Singapura



Gambar 4.33. Cakrawala Kota Singapura di Malam Hari

Sumber: <http://tjiahendra.blog.binusian.org/2010/07/02/15-cakrawala-kota-termegah-di-dunia/>

(20 Februari 2012, 12:23)

Singapura terletak di Asia Tenggara dan merupakan salah satu negara terkecil di dunia, sehingga dijuluki *'The Little Red Dot'* (Sudinotakim, 2010). Sejarah Singapura dimulai pada abad ke-14 Masehi. Pada masa itu, Singapura dikenal sebagai Temasek, salah satu pelabuhan dan kota terpenting di Nusantara (Mahsun, n.d.). Kemudian Inggris tiba di Singapura pada tahun 1819 dan Sir Thomas Stamford Raffles menetapkan Singapura sebagai pusat perdagangan komersial paling makmur pada tahun 1889 (*Sejarah Singapura*, n.d.). Kekuatan militer yang identik dengan kekuatan negara Singapura, di bawah British East India Company juga menjadi unggul. Hal ini membuat Singapura menjadi pusat modernitas melalui keberhasilan komersial dan kekuatan militernya.

Pada tanggal 9 Agustus 1965, Singapura merdeka dan berdiri sebagai negara republik. Singapura membangun kotanya dengan pesat dan menjadi sebuah negara yang sukses dari segi ekonomi. Singapura terkenal dengan hubungan dagang yang kuat, dan pelabuhannya yang sibuk. Pengenalan kapal uap sebagai alat transportasi barang juga merupakan faktor utama yang berkontribusi pada perdagangan yang pesat di Singapura ditambah pembukaan Terusan Suez yang memperkecil waktu perjalanan ke negara-negara tetangga seperti dari Eropa ke Asia (*Sejarah Singapura*, n.d.).

Singapura membanggakan keunggulan infrastrukturnya yang mengundang banyak orang datang dari berbagai negara. Berdasarkan

Universitas Indonesia

peringkat *Gross Domestic Product* (GDP), Singapura adalah negara ke-5 termakmur di dunia dan menurut sebuah survei ekonomi, Singapura menduduki peringkat 10 sebagai kota dengan biaya hidup paling mahal di dunia.

4.4.2 Cakrawala Kota Singapura



Gambar 4.34. Siluet Cakrawala Kota Singapura

Sumber: www.123rf (6 Juli 2012, 1:02, telah diolah kembali)

Di masa kini, Singapura, merupakan sebuah kota kosmopolitan yang ramai, penuh dengan bangunan pencakar langit dan taman yang tertata rapi sesuai dengan visi pembangunan Singapura yang memfokuskan pada pembangunan kota yang ideal untuk tinggal, bekerja, dan berekreasi bagi warga kotanya. Walaupun ada pembatasan ketinggian bangunan dalam hubungannya dengan lalu lintas udara, dimana bangunan di kota Singapura tidak dapat melebihi 280 meter, kota ini cukup konsisten dalam membangun bangunan pencakar langitnya sehingga menghasilkan pola ruang yang membuat cakrawalanya terlihat rapi. Tiga bangunan tertinggi di Singapura saat ini adalah Republic Plaza (280 m), Capital Tower (254 m), dan Marina Bay Tower 1 (245 m). Kebanyakan bangunan berwarna terang dan tersebar luas di titik-titik penting di sekitar pusat kota.

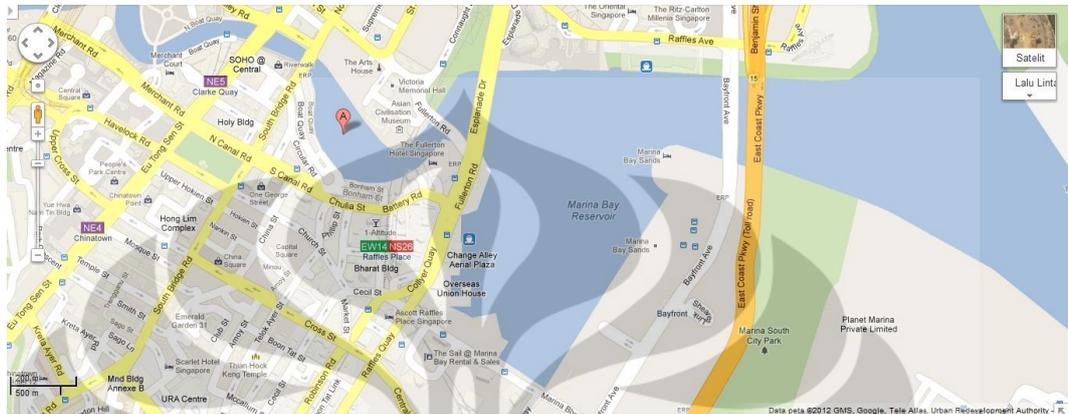


Gambar 4.35. Cakrawala Kota Singapura di Siang Hari

Sumber: <http://tjihendra.blog.binusian.org/2010/07/02/15-cakrawala-kota-termegah-di-dunia/>

(20 Februari 2012, 12:23)

Cakrawala kota Singapura yang paling rapat berada di daerah Fullerton seperti ditunjukkan pada peta di bawah ini.



Gambar 4.36. Lokasi Kawasan Pencakar Langit Singapura di Sekitar Singapore River

Sumber: googlemap.co.id (26 Juni 2012, 11:43)

Selain itu terdapat bangunan-bangunan penting yang menjadi landmark kota seperti Merlion Park, Marina Bay Sands dan The Esplanade yang semuanya ini berlokasi di sekitar Singapore River. Ternyata setelah *Skyline Score* kota Singapura dihitung, nilainya paling kecil di antara Dubai dan Hong Kong sebagai berikut:

$$\begin{aligned} S &= (B/P) \times H \\ &= (355/4,3) \times 0,779 \\ &= 64,3 \end{aligned} \quad (4.3)$$

Hal ini dikarenakan jumlah ketinggian bangunan Singapura tidak cukup tinggi dibandingkan Hong Kong dan Dubai.

4.4.3 Elemen Pendukung Cakrawala Kota Singapura

1. *Unsur Air (Sungai, Danau, atau Laut)*

Unsur air di kawasan bangunan pencakar langit di kota ini adalah Singapore River yang sangat luas. *Landmark* kota ini berada di sekitarnya seperti Merlion, Marina Bay Sands dan The Esplanade.



Gambar 4.37. Singapore River sebagai Unsur Air di Kawasan Merlion Park
Sumber: dokumentasi pribadi

2. Promenade



Gambar 4.38. *Marina Promenade* Singapura
Sumber: dokumentasi pribadi

Karena Singapura merupakan salah satu kota yang memaksimalkan penggunaan jalan untuk kepentingan pejalan kaki, fungsi *promenade* sangat tergunakan dengan maksimal dan *Marina Promenade* menjadi salah satu lokasi terbaik untuk melihat cakrawala kota.

3. Warna Fasad Bangunan

Bangunan-bangunan milik negara dan swasta di Singapura memiliki warna fasad yang terang dengan tujuan membuat penampilan pulau secara estetika lebih menawan dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Bangkok, Hong Kong, Shanghai dan Tokyo (*Pembangunan*, n.d.).

4. Pencahayaan Bangunan

Pemandangan kawasan bangunan pencakar langit di sepanjang Singapore River juga dimaksimalkan di malam hari dengan pencahayaan yang menarik. Contohnya dapat dilihat pada gambar 4.30 s/d 4.32.

4.4.4 Citra Bisnis dan Pariwisata dalam Cakrawala Kota Singapura

Pemerintah telah menjaga citra Singapura di dunia internasional sejak puluhan tahun (*Pariwisata*, n.d.). Cakrawala kota Singapura menarik wisatawan dikarenakan bangunannya yang inovatif dan fungsi-fungsi bangunannya sangat memperhitungkan fungsi rekreasi, terutama wisatawan Asia Tenggara yang sulit menemukan suasana kota *modern* sehingga mereka berwisata ke Singapura. Selain itu, untuk membuat Singapura menjadi pusat komersial, pemerintah telah melegalkan perjudian, dimana dua kasino telah dibangun di Marina dan Pulau Sentosa pada tahun 2005 (*Pembangunan*, n.d.).

Menurut catatan yang dikeluarkan oleh *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009*, hasil penelitian kelompok '*Thin Tank*' *World Economic Forum* yang berbasis di Swiss, Singapura menempati peringkat pertama sebagai tujuan pariwisata terbanyak di ASEAN. Sedangkan di tingkat dunia, Singapura menempati peringkat ke-10, mengalahkan Hong kong yang berada di peringkat 12 (Turisme Dunia, 2012). Berikut ini bangunan-bangunan yang menjadi *landmark* kota Singapura dan menjadi tujuan wisata favorit serta membuat cakrawala kota Singapura menjadi lebih unik:

1. *The Esplanade*

Esplanade '*Theatres on the Bay*' adalah salah satu ikon negara Singapura (*Esplanade*, 2009). Letaknya persis bersebelahan dengan Patung Merlion yang berada di Merlion Park.



Gambar 4.39. The Esplanade Singapore

Sumber: dokumentasi pribadi

2. Marina Bay Sands



Gambar 4.40. Marina Bay Sands

Sumber: dokumentasi pribadi

Marina Bay Sands diklaim oleh pemerintah Singapura sebagai ‘kemewahan di teluk’ (*Marina*, n.d.). Terletak di tepi Singapore River, Marina Bay Sands ditujukan untuk hiburan, bisnis dan belanja. Di atas tiga menara hotel ini terdapat Sand Sky Park tempat melihat pemandangan 360 derajat cakrawala kota Singapura.

3. Merlion Park

Merlion pertama kali dirancang sebagai lambang *Singapore Tourist Promotion Board* (STPB) di tahun 1964 dan segera menjadi ikon Singapura bagi dunia. Area ini menjadi tempat atraksi wisata yang populer dan menarik lebih dari satu juta pengunjung setahun yang datang untuk mengambil foto ikon ini sehingga cakrawala kota yang berada di

universitas indonesia

belakangnya menjadi cakrawala Singapura yang paling familiar bagi masyarakat. Area ini juga memiliki sebuah dek untuk melihat panorama Merlion yang terbaik bagi para fotografer, dengan latar belakang cakrawala gedung-gedung di The Fullerton Singapore dan Esplanade.



Gambar 4.41. Merlion yang Menghadap Bangunan Pencakar Langit

Sumber: dokumentasi pribadi

4. Selain itu ada pula tempat-tempat berbelanja dan berpesta di Orchard Road dan di kawasan Clarke Quay atau Boat Quay, keduanya memiliki keunikan cakrawala kota.

Berikut ini pemanfaatan cakrawala kota Singapura sebagai media promosi:



Gambar 4.42. Kartu Pos dan Poster Singapura

Sumber: http://9teen87spostcards.blogspot.com/2012_05_01_archive.html (24 Mei 2012, 12:23)



Gambar 4.43. Tas, Ornamen Natal, *Mouse Pad* dan Stiker *Casing Handphone* Bertema *Skyline*

Sumber: www.sazzle.com (24 Mei 2012, 12:30)

Singapura memiliki salah satu pelabuhan tersibuk di dunia dan masuk dalam daftar ‘Empat Macan Asia’ yang mengatur pasar di Asia bersama dengan Hong Kong, Korea Selatan dan Taiwan (*Sejarah Singapura*, 2009). Industri utama di Singapura adalah elektronik, bahan kimia serta terkenal sebagai pusat keuangan dunia (Shahabudeen, 2011). Peran infrastruktur domestik kota sebagai salah satu elemen pendukung cakrawala kota sangatlah besar dalam menciptakan citra bisnis di Singapura. Berdasarkan Survei Zafar U. Ahmed (2004), *President and CEO Academy for Global Business Advancement Inc.*, dalam Suhariyanto (2010), keberhasilan Singapura sebagai pusat bisnis internasional antara lain dipengaruhi oleh faktor seperti interaksi dan perjanjian bilateral dengan negara tetangga, kontribusi Perusahaan Multinasional dalam membangun infrastruktur, keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*), serta pembangunan ekonomi berkelanjutan (*Sustainable economic development*).

Pemerintah Singapura juga mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menciptakan iklim yang atraktif bagi investasi yang membebaskan perusahaan asing, mulai dari pembayaran biaya lisensi pada Singapura, kemudahan dalam mengajukan pinjaman bagi para pemilik modal, sampai jaminan kesejahteraan bagi para buruh. Berbagai usaha pemerintah Singapura ini ditujukan untuk menarik masuknya investasi luar negeri yang diharapkan dapat memajukan perekonomian dalam negeri sehingga dapat mewujudkan *spillover effect* berupa terciptanya Singapura yang maju dan termodernisasi (Suhariyanto, 2010).

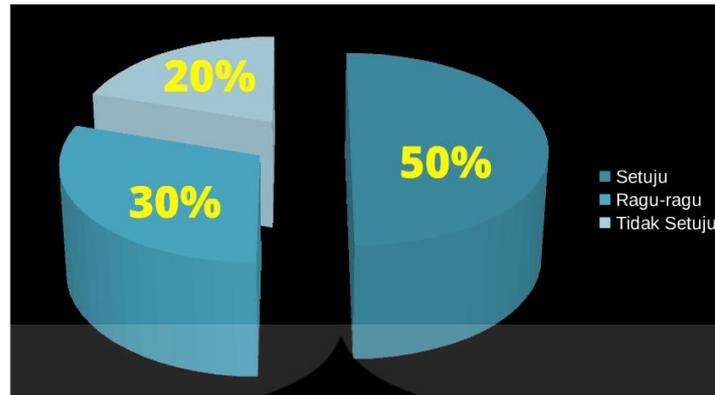
4.5 Analisa Hasil Data dan Wawancara

Berikut ini adalah hasil wawancara dengan 10 orang berusia 22-40 tahun yang sudah pernah mengunjungi salah satu dari ketiga kota dalam studi kasus. Pertanyaan yang diajukan adalah: “Apakah anda setuju bahwa bangunan pencakar langit menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?”. Kata bangunan pencakar langit menjadi fokus utama karena masyarakat umum biasanya tidak sadar dengan keberadaan cakrawala kota sehingga penulis memilih kata bangunan pencakar langit sebagai perwakilan dari cakrawala di ketiga kota.

Tabel 4.2. Hasil Jawaban dari Subjek Wawancara dalam Bentuk Tabel dan Grafik

No	Nama	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju
1	Stella Nindya	V		
2	Dita Trisnawan	V		
3	Kenny Viriya	V		
4	Antonius Chrisnandy		V	
5	Brian Chandra	V		
6	Sonia Sherlina	V		
7	Nadia Regina			V
8	Frangky Ariestya		V	
9	Kevin			V
10	Felita Effendi		V	
	Total	5	3	2

Sehingga grafik lingkaran yang dihasilkan seperti berikut ini:



Hal ini berarti sebagian orang merasa keberadaan bangunan pencakar langit menarik ia untuk datang dan berwisata, 30% orang merasa bahwa bangunan mungkin menjadi penarik dan 20% orang merasa tidak tertarik dengan bangunan pencakar langit yang ada di kota-kota tersebut.

Tabel 4.3. Perbandingan *Skyline Score* dan Jumlah Wisatawan

	1	2	3
Peringkat <i>Skyline Score</i>	Hong Kong (517,5)	Dubai (320,2)	Singapura (64,3)
Peringkat Jumlah Wisatawan*	Singapura (9,2 jt)	Hong Kong (8,7 jt)	Dubai (8,1 jt)
Peringkat Lokasi Terfavorit untuk Bisnis Amerika**	Hong Kong (76%)	Singapura (69%)	Dubai (56%)

Sumber: *World Tourism Organization 2012 dalam leo4kusuma.blogspot.com

** Penelitian oleh CB. Richard Ellis Group Inc (CBRE), (Agustus 2011) dalam www.cbre.us
(25 Juni 2012, 23:20, telah diolah kembali)

Dari hasil perbandingan nilai skyline score, peringkat bisnis dan pariwisata, dapat disimpulkan bahwa Singapura mendapat peringkat paling tinggi walaupun *Skyline Score*-nya terendah dikarenakan transportasi dalam kotanya paling mudah dieksplorasi oleh pengunjung dan luas kotanya yang sangat kecil.

Didukung oleh hasil wawancara dengan Kevin (25 Juni 2012), “Kota Singapura bersih dan transportasinya mudah.”. Didukung pula dengan keberadaannya sebagai pusat lalu lintas penerbangan internasional (sama seperti Hong Kong, namun dari sisi bahasa, Singapura lebih mudah karena mayoritas penduduk menggunakan Bahasa Inggris). Sedangkan Dubai karena pembangunannya masih baru sehingga popularitasnya masih rendah dibandingkan kedua kota lainnya.



Gambar 4.35. Lokasi Pengambilan Gambar/ Foto dengan Latar Belakang Cakrawala Kota

Sumber: (dari kiri ke kanan) www.imsaluz.blogspot.com, www.antarafoto.com, www.shimworld.wordpress.com (25 Juni 2012, 23:30)

Untuk kota Dubai, ternyata wisatawan lebih banyak berfoto dengan latar belakang bangunan Burj Al Arab dibandingkan dengan cakrawala kota secara keseluruhan. Untuk Hong Kong, wisatawan rela membayar 100 HKD demi mendapatkan foto dengan latar belakang cakrawala kota di sekitar Victoria Harbour yang bagus di malam hari. Sementara itu, di Singapura, wisatawan rela mengeluarkan SGD 20 untuk naik ke lantai teratas bangunan Marina Bay Sands dan mengambil foto di sana.

BAB 5

KESIMPULAN

Setelah mempelajari kajian teori dan pembahasan studi kasus, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Bagaimana kota-kota besar di Asia membentuk cakrawala kotanya?

Pertama-tama dengan menentukan misi dan keadaan geografis dari setiap kota tersebut, yaitu sebagai berikut, Hong Kong dan Singapura membangun banyak pencakar langit karena keterbatasan lahan. Sedangkan Dubai belum dapat dikategorikan rapat, namun cukup banyak pencakar langit dikarenakan ambisi untuk menciptakan citra modern dari kotanya. Namun jika diperhatikan, ketiga kota ini bertujuan untuk menciptakan kawasan bangunan pencakar langit yang terpusat untuk mendukung mobilisasi kegiatan bisnis yang membutuhkan efisiensi waktu serta biaya.

Sedangkan ditinjau dari penampilan cakrawala kota, Hong Kong menampilkan cakrawala kota yang benar-benar padat dan bertingkat-tingkat sesuai dengan keadaan geografis kawasan, sedangkan Singapura menampilkan cakrawala kota yang bersinergi dengan ruang terbuka, dan yang terakhir, Dubai dengan cakrawala kota yang ekstrem dalam ketinggian dan bentuk yang unik.

Apabila ditinjau dari elemen-elemen yang mendukung cakrawala kota, secara umum di ketiga lokasi studi kasus ini selain terdapat bangunan tinggi, selalu terdapat unsur air seperti danau, laut atau sungai yang menjadi pembingkai pemandangan cakrawala kota. Di sekitar unsur air tersebut disediakan jalur pejalan kaki yang menarik (promenade), yang juga menjadi tempat terbaik untuk menikmati keindahan cakrawala kota. Selain itu, terdapat dek di lantai paling atas suatu bangunan pencakar langit yang ditujukan untuk menikmati pemandangan kota secara 360 derajat (aerial view). Kemudian secara grafis, cakrawala kota yang terbentuk juga membantu mempromosikan citra sebuah kota. Sedangkan untuk elemen yang terakhir, berupa pencahayaan bangunan yang mengemas dan meningkatkan kualitas visual sebuah bangunan.

Tabel 5.1. Kesimpulan Perbandingan Elemen Pendukung Cakrawala Kota

Kota	Elemen Pendukung				
Dubai	Unsur Air (Sungai, danau atau laut)	Promenade	Grafis	-	Aerial View
Hong Kong				Pencapaian Bangunan	Keadaan Geografis (bertingkat-tingkat)
Singapura			-		Warna Fasad Bangunan

Sumber: penelitian pribadi

Kehadiran elemen-elemen tersebut mempengaruhi penampilan visual kawasan. Penampilan visual kawasan yang baik, akan menghasilkan citra kota yang baik pula, seperti yang dikatakan oleh Attoe (1981).

Bagaimana citra sebuah kota dapat terbentuk, serta apa dampaknya bagi segi bisnis dan pariwisata?

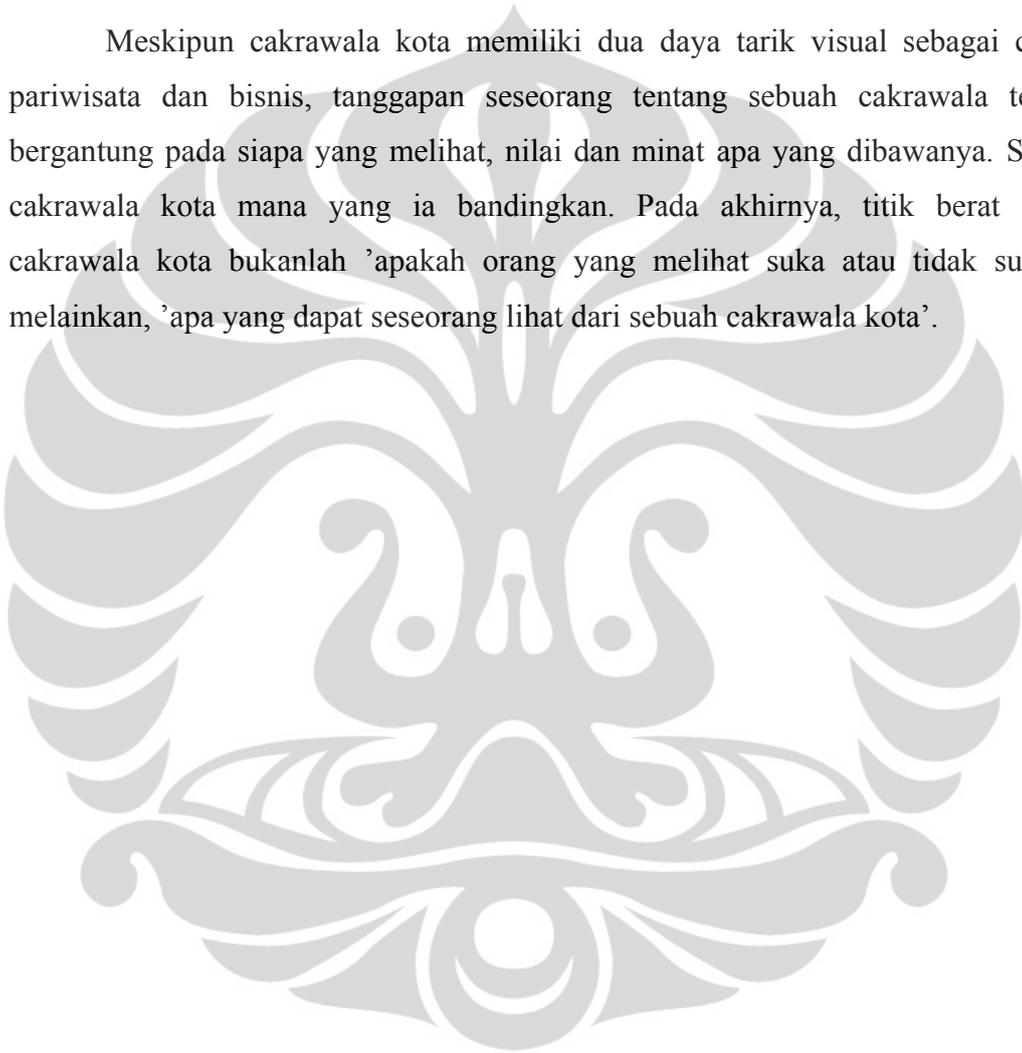
Cakrawala kota Dubai, Hong Kong dan Singapura yang kaya akan teknologi, menawarkan citra maju dan kuat secara finansial yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan sehingga menarik pemilik bisnis untuk menempatkan perusahaannya di sana. Selain itu, ketiga kota tersebut secara geografis merupakan kota pelabuhan sehingga mudah melakukan kegiatan perdagangan barang dan jasa, didukung dengan kebijakan yang pro terhadap kegiatan bisnis serta sistem transportasi massal yang canggih.

Dari sisi pariwisata, pemeringkatan tujuan wisata di ketiga kota justru ditentukan oleh keberadaan bangunan pencakar langit, bukan wisata alamnya. Bangunan pencakar langit yang unik dan modern menjadi daya tarik bagi wisatawan. Hal ini membuktikan bahwa kesan maju atau modern dari sebuah kota, menjadi sesuatu yang dicari oleh wisatawan terutama di Asia. Kesan inilah yang akan direkam oleh wisatawan dan diceritakan kembali kepada orang-orang lain di sekitarnya yang secara tidak langsung menjadi promosi kota.

	Dubai	Hong Kong	Singapura
Tujuan	Menjadikan kotanya sebagai pusat bangunan modern dan teknologi nomor satu, sehingga pembangunannya berambisi untuk menciptakan rekor dunia.	Sejak lama menjadi perintis bangunan pencakar langit dan infrastruktur yang modern di Asia untuk mendapatkan citra maju dan menarik perusahaan asing agar tertarik berbisnis di kotanya.	Mewujudkan kota yang ideal bagi warganya walaupun memiliki luas wilayah yang terbatas, dengan cara membangun pencakar langit yang cukup rapat dan infrastruktur yang baik.
Elemen Pendukung	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Unsur Air (sungai, danau, laut)</i> 2. <i>Promenade</i> 3. <i>Aerial View</i> 4. Grafis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Unsur Air (sungai, danau, laut)</i> 2. <i>Promenade</i> 3. Pencahayaan Bangunan 4. Keadaan Geografis 5. Grafis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Unsur Air (sungai, danau, laut)</i> 2. <i>Promenade</i> 3. Warna Fasad Bangunan 4. Pencahayaan Bangunan
Citra	<p>Pariwisata</p> <p>Wisata kemewahan dalam teknologi bangunan yang terbaik dan terbaru di dunia.</p>	<p>Pariwisata</p> <p>Satu paket cakrawala kota yang modern dengan pemandangan dan teknologi pencahayaan bangunan pencakar langit yang khas dan memiliki kerapatan tinggi.</p>	<p>Pariwisata</p> <p>Cakrawala kota yang rapi, bersih dan modern dengan bangunan <i>landmark</i> yang menarik serta infrastruktur yang lengkap.</p>
	<p>Bisnis</p> <p>Citra kota yang maju, modern dan melambangkan kekuatan kota sehingga memberikan kebanggaan tersendiri bagi perusahaan yang menempatkan usahanya di sana. Namun tetap didukung pula oleh kebijakan, keamanan dan infrastruktur yang memadai untuk dijalkannya sebuah bisnis,</p>		

Secara singkat, cakrawala kota merupakan lambang penting dari budaya perkotaan saat ini. Cakrawala kota menjadi bermanfaat karena membantu kita untuk mengenali dimana pusat kota atau pusat bisnis. Juga memiliki kemampuan untuk menghilangkan penat karena pemandangannya yang spektakuler memicu kenangan dan imajinasi. Selain itu, cakrawala kota yang sangat kuat dapat menjadi simbol dari cakrawala itu sendiri dalam bentuk ikon.

Meskipun cakrawala kota memiliki dua daya tarik visual sebagai citra pariwisata dan bisnis, tanggapan seseorang tentang sebuah cakrawala tetap bergantung pada siapa yang melihat, nilai dan minat apa yang dibawanya. Serta cakrawala kota mana yang ia bandingkan. Pada akhirnya, titik berat dari cakrawala kota bukanlah 'apakah orang yang melihat suka atau tidak suka', melainkan, 'apa yang dapat seseorang lihat dari sebuah cakrawala kota'.



DAFTAR PUSTAKA

12 Kota Romantis Untuk Rayakan Valentine Setiap Bulan. Januari 2012.
<http://samsirplagiatorzblogz.blogspot.com/2012/01/12-kota-romantis-untuk-rayakan.html>

15 Cakrawala Kota Termegah di Dunia. 2 Juli 2010.
<http://tjiahendra.blog.binusian.org/2010/07/02/15-cakrawala-kota-termegah-di-dunia/>

About Dubai-Jebel Ali Port. (n.d.). <http://www.aboutcrew.com/ports/dubai/>

Al Abed, Ibrahim. (2006). *UAE at Glance.* London: Trident press Ltd.

Apepherya. *Sekilas Sejarah Hongkong.* 25 Agustus 2011.
<http://hongkong.panduanwisata.com/rencana-perjalanan-anda/sekilas-sejarah-hongkong/>

Attoe, Wayne. (1981). *Skylines: Understanding and Molding Urban Silhouettes.* Chichester: John Wiley & Son Ltd.

Barnett, Jonathan. (1995). *The Fractured Metropolis: Improving The New City, Restoring the Old City, reshaping the Region.* New York: HarperCollins Publishers.

Branch, Melville C. (1995). *Perencanaan Kota Komprehensif: Pengantar dan Penjelasan.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Burj Khalifa Menara Tertinggi di Dunia. (n.d.).
<http://www.uaeembassyjakarta.org/index.php>

Cara Berkeliling di Singapura. (n.d.). <http://www.smrt.com.sg/trains.html>

Curl, James Stevens. (2000). *Skyline: A Dictionary of Architecture and Landscape Architecture* <http://www.encyclopedia.com/doc/1O1-skyline.html>

Esplanade – Theatres on the Bay – Singapore. 13 November 2009.
<http://www.wisatasingapura.sg/2009/11/13/esplanade-theatres-on-the-bay-singapore/>

Ford, Larry. R. (1994). *Cities and Buildings: Syscrapers, Skid Rows, and Suburbs.* London: The Johns Hopkins University Press.

Goldberger, Paul. (1994). *Gedung Pencakar Langit.* (Ir. Tunjung W. Suharso, Msp & Ir. Nirarta, Msp, Alih bahasa). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Howeler. (2003). *Tall Buildings- Global Analysis. 2005.*

<http://hongkong.panduanwisata.com/rencana-perjalanan-anda/sekilas-sejarah-hongkong/>

Info Kota-Kota Dunia. (n.d.). <http://www.indowebster.web.id/archive/index.php/t-88794.html>

Soraya, Irma. (2003). *Fenomena Bigness sebagai Dampak Arsitektur Metropolitan di Jakarta.* KILAS Jurnal Arsitektur FTUI Vol. 5 No.1 & 2. Jakarta.

Kardono, Don. *Menyapa Dunia dengan Koleksi "Ter-Ter".* 3 Juni 2011. <http://tanjungpinangpos.co.id/2011/06/menyapa-dunia-dengan-koleksi-%E2%80%9Dter-ter%E2%80%9D/>

Klotz, Heinrich, Sabau, Luminita, & Davis, Douglas. (1989). *New York Architecture.* New York: Rizzoli International Publications.

Lim, Bill, & Heath, Tom. (1994). *What is a Skyline: A Quantitative Approach.* Architectural Science Review volume 37 number 4. The University of Sydney Printing Service.

Lukic, Ivana. (2011). *Relation Between Creativity and Planned Regulation in the Process of Shaping Urban Skyline.* Urban Space and Visuality in the Architectural Way of Thinking. Limes. 28 Juni 2012. Dalam www.thefreelibrary.com

Mahsun. (n.d.) <http://id.wikipedia.org/wiki/Singapura>. dalam <http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090428005906AA2gabD>

Marina Bay Sands. (n.d.). <http://wisatasingapura.blogdetik.com/tempat-wisata/marina-bay-sands/>

Nan, Chung Wah. (1989). *Contemporary Architecture in Hong Kong.* Singapore: Asiapac Books and Educational Aids (s) Pte Ltd.

Orum, Anthony M., & Chen, Xiangming. (2003). *The World of Cities: Places in Comparative and Historical Perspective.* UK: Blackwell Publishers Ltd.

Oxford English Dictionary, Supplement. Oxford: 1971. <http://oxforddictionaries.com/definition/skyline>

Pariwisata Singapura. (n.d.). <http://www.aseannewsnetwork.com/singapore/history-indonesian.html>

Reward Tahun 2011 Untuk Marketing Bank ??? Bisa tidak Ya. 15 January 2011. <http://anzjakarta.wordpress.com/page/2/>

Schneider, Jerry. (21 Februari 2012). *Describing and Illustrating the Extended Transit-Oriented Development (E-TOD) Concept*. Profiles and Prospects Business in NYC. 2 Mei 2007. LaGuardia Community College, Long Island City. <http://faculty.washington.edu/jbs/itrans/e-tod.htm>

Sejarah Singapura, Pembangunan ekonomi di Singapura. 5 Mei 2009. <http://www.wisatasingapura.sg/2009/05/05/sejarah-patung-singa-merlion/>

Shahabudeen. *10 Negara Terkaya di Dunia Bagi Tahun 2011 Berdasarkan Pendapatan Penduduk*. 25 Desember 2011. <http://www.shahabudeenjalil.com/2011/12/10-negara-terkaya-di-dunia-bagi-tahun-2011-berdasarkan-pendapatan-penduduk/>.

Sejarah Singapura. (n.d). <http://www.aseannewsnetwork.com/singapore/history-indonesian.html>

Sudinotakim. *Sejarah Singapura, Dari Kampung Nelayan Menjadi Kota Kosmopolitan*. 13 September 2010. <http://www.dinohp.info/2010/09/sejarah-singapura-dari-kampung-nelayan.html>

Suhariyanto. *Peran Industri Bisnis Singapura dan Pengaruhnya di Pasar Asia Tenggara dan Strategi Bisnis Para Wirausaha Muda Indonesia dalam Membangun Bisnis Sekali*. Agustus 2010. <http://suhariyanto.blogspot.com/2010/08/peran-industri-bisnis-singapura-dan.html>

Thenearto, Widyanto Hartono. (2007). *Museum Lilin dan Kota Hantu Sebagai Representasi Hiper-Arsitektur*. Skripsi Sarjana Departemen Arsitektur Fakultas Teknik UI.

Train In Hong Kong. (n.d). http://www.mtr.com.hk/eng/fares_tickets/train_service_index.html

Turisme Dunia: Indonesia urutan 81, Singapura Top Ten. Juni 2012. <http://www.wisatamelayu.com>

Urban Redevelopment Architecture. (1995). *Changing the Face of Singapore: Through the URA Sale of Sites*. Singapore.

Urban Redevelopment Architecture. (1996). *New Downtown: Ideas for the City of Tomorrow*. Singapore.

Victoria Peak. 2011. <http://4hongkong.net/victoria-peak.html>

Wang, Basuki. *Mampir di Hongkong, Tiongkok*. 29 June 2011. <http://wisata.kompasiana.com/jalan-jalan/2011/06/29/mampir-di-hongkong-tiongkok/>

Wendy. *Hong Kong Joins "Big Three" Global Financial Centres*. 21 September 2010. <http://www.wealthbriefing.com/html/article.php?id=32478>

Whiffen, Marcus, & Koeper, Frederick. (2001). *American Architecture volume 2: 1860-1976*. Massachusetts: The MIT Press Cambridge.

Why Dubai. (n.d.) <http://www.dwtc.com/en/Tenants/Why+Dubai>

Xue, Charlie Q.L., Zhai, Hailin, & Roberts, Joshua. (2010). *An urban Island floating on the MTR Station: A Case Study of the West Kowloon Development in Hong Kong*. Hampshire: Macmillan Publishers Ltd.

Yeang, Ken. (2002). *Reinventing The Skyscraper: A Vertical Theory of Urban Design*. Great Britain: Wiley-Academy.

Zeinizen, Muhammad. *Dubai Indah Mempesona, Pembangunan Proyek Inovatif dan Mercusuar Tercepat di Dunia*. 19 Maret 2012. <http://beritasore.com/2012/03/19/dubai-indah-mempesona-pembangunan-proyek-inovatif-dan-mercusuar-tercepat-di-dunia/>



LAMPIRAN

Wawancara Singkat dengan 10 Orang (25 Juni 2012) via *online*

1. *Stella Nindya (22 tahun, Mahasiswa Arsitektur FTUI)*

T: Apakah anda setuju bahwa bangunan pencakar langit di Hong Kong menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?

J: Setuju sekali.

T: Objek wisata apa yang wajib didatangi di Hong Kong?

J: Madame Tussaud dan The Peak. Di The Peak bisa melihat bangunan-bangunan tinggi, pasti semua orang datang ke tempat ini.

T: *(saya menunjukkan foto cakrawala kota Hong Kong dan Stella dapat menebak dengan benar bahwa foto tersebut adalah foto kota Hong Kong)* Mengapa anda bisa langsung menebak foto tersebut adalah Hong Kong?

J: Teringat dari deretan gedung tingginya.

2. *Dita Trisnawan (Dosen Arsitektur Universitas Indonesia)*

T: Mengapa anda tertarik untuk berwisata ke Dubai?

J: Karena ingin melihat keadaan kotanya, terutama bangunan-bangunan pencakar langitnya.

3. *Kenny Viriya (22 tahun, Mahasiswa Teknik Kimia FTUI)*

T: Apakah anda setuju bahwa bangunan pencakar langit di Singapura menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?

J: Setuju. Karena di Hong Kong dan Singapura banyak bangunan pencakar langit, kalau masuk ke kota pasti melihat pemandangan itu terlebih dahulu.

4. *Antonius Chrisnandy (22 tahun, mahasiswa Teknik Kimia FTUI)*

T: Hal apa yang membuat anda teringat tentang Singapura?

J: MRT dan Merlion.

T: Apakah bangunan pencakar langitnya menarik anda untuk datang ke sana?

J: Hanya Marina Bay Sands, itupun hanya menarik ketika di malam hari.

5. *Brian Chandra (22 tahun, Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Bina Nusantara)*

T: Mengapa memilih berwisata ke Singapura?

J: Karena kotanya lebih berkembang.

6. *Sonia Sherlina (22 tahun, Mahasiswa Manajemen UPH)*

T: Mengapa memilih berwisata ke Hong Kong?

J: Saya sering berwisata ke Hong Kong mungkin karena tertarik dengan suasana kota metropolitannya yang menurut saya cocok untuk jalan-jalan dan berbelanja.

T: Apakah bangunan Pencakar Langit di Hong Kong menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang?

J: Iya karena juga menjadi salah satu pemandangan atau latar belakang untuk berfoto dan untuk dikagumi.

7. *Nadia Regina (22 tahun, Mahasiswa Kedokteran FKUI)*

T: Apakah anda setuju bahwa bangunan pencakar langit di Hong Kong menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?

J: Tidak. Menurut pengalaman saya, daya tariknya lebih banyak karena ingin berbelanja dan mengunjungi Disneyland.

8. *Frangky Ariestya (31 tahun, Arsitek)*

T: Apakah bangunan pencakar langit di Singapura menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?

J: Ya, terkadang. Tetapi saya bukan ingin menikmati bangunan tinggi tersebut, kecuali *there's something at the high rise building just like Marina Bay Sands*. Marina Bay Sands memiliki bentuk yang sangat

atraktif yang membuat saya ingin mencoba naik ke lantai atasnya. Nah, itu memang sangat menarik perhatian.

9. *Kevin (23 tahun, Programmer)*

T: Mengapa anda tertarik berwisata ke Singapura?

J: Kota Singapura bersih dan transportasinya mudah.

10. *Felita Effendi (22 tahun, mahasiswa Sistem Informasi)*

T: Mengapa anda tertarik berwisata ke Singapura?

J: Karena suasana, objek wisata, dan tempat berbelanja.

T: Apakah bangunan pencakar langit di Singapura menjadi salah satu daya tarik bagi anda untuk datang ke kota tersebut?

J: Faktor itu sangat kecil. Tetapi jika harus memilih antara Bangkok dan Singapura, saya lebih suka Singapura. Bangunan di Bangkok sama saja dengan di Indonesia, kurang bersih.

T: Apakah itu berarti citra Singapura sebagai kota modern juga yang membuat anda memilih Singapura dibandingkan Bangkok?

J: Benar. Kalau di Thailand, saya hanya tertarik untuk berbelanja.

T: Suasana Singapura seperti apa yang membuat anda suka?

J: Bersih, aman, seperti *elite*, juga nyaman untuk berwisata.