

Kajian Tema secara Persepsi Visual pada Museum Angkut di Kota Batu, Jawa Timur

Santi Aprilia, Martino Dwi Nugroho, Diana Thamrin
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: Santi_0492@yahoo.com; martino.dwinugroho@yahoo.com; dianath@petra.ac.id

Abstrak—Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi visual menurut pengunjung terhadap terapan tema di tiap zona pada Museum Angkut. Pada Museum Angkut ini memiliki berbagai macam zona, tetapi yang menjadi bahasan untuk diteliti adalah zona Batavia & Pecinan, zona Gangster Town & Broadway Street, zona Italia, zona Paris, zona Jerman, zona London Street, zona Buckingham Palace, zona Las Vegas, Dan zona Hollywood. Metode yang digunakan adalah kualitatif induktif dengan pendekatan deskriptif yang didukung dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semistruktur (*in-dept interview*), dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 10 koresponden yang dibedakan menjadi 5 koresponden yang non-interior (umum) dan 5 koresponden yang memiliki latar belakang di bidang akademis interior. Hal ini bertujuan untuk menemukan perbedaan cara pandang terhadap bentuk dan ruang. Hasil penelitian ini menemukan perbedaan persepsi visual yang ditangkap antara koresponden umum dan koresponden interior dalam variabel bentuk dan ruang serta pengunjung lebih mengenali penerapan tema di tiap zona melalui variabel bentuk. Penemuan yang didapat dari koresponden umum dan interior untuk variabel bentuk adalah simbol, tulisan, dan display angkutan. Sedangkan untuk variabel ruang, koresponden mengenali berdasarkan sirkulasi dan kesesuaian tema.

Kata Kunci— Museum Angkut, Persepsi Visual, Tema, Tematik, Zona

Abstract – This research is conducted to discover visitors' visual perception on applied theme of every zone in Museum Angkut. Museum Angkut has many zones, but the ones that will be researched are Batavia and Pecinan zone, Gangster Town and Broadway Street zone, Italy zone, Paris zone, Germany zone, London Street zone, Buckingham Palace zone, Las Vegas zone, and Hollywood zone. The method applied in this research is inductive qualitative with descriptive approach supported by in-depth interview data gathering technique, by using purposive sampling technique with 10 correspondents that were divided into two groups: five correspondents who have no interior design academic background and another five who have interior design academic background. The result found that visual perception caught by

correspondents who have no interior design academic background is different from those who have interior design academic background in terms of shape and space variables. The research discovered that visitors could recognize the applied theme more through shape variable. Correspondents recognized shape variables based on symbols, writings, and transportations' display, while space variables were acknowledged through circulation and theme's relevance.

Keywords— Museum Angkut, Visual Perception, Theme, Thematic, Zone

I. PENDAHULUAN

Kota Batu yang terletak di Jawa Timur merupakan kota wisata yang sedang berkembang. Hampir tiap tahun didirikan sebuah obyek wisata baru yang mengedukasi dan menarik minat para wisatawan, salah satunya Museum Angkut yang menjadi *trend* di kalangan masyarakat.

Museum angkut merupakan museum pertama di Indonesia bahkan di Asia Tenggara yang mengoleksi berbagai macam dan jenis alat transportasi, mulai dari yang bersifat tradisional sampai dengan alat transportasi yang bersifat modern dari seluruh belahan dunia, yang terkait dengan angkatan darat, laut, dan udara (www.anekatempatwisata.com, 2014, Desember) . Akhir-akhir ini Museum Angkut menjadi tempat jujukan semua orang karena banyak orang yang sangat penasaran dan ingin mengetahui isi dari museum ini.

Di Museum Angkut ini terdiri dari beberapa zona sesuai dengan tema, latar belakang sejarah dan jenis angkutannya. Dengan unsur tematik yang berbeda-beda pada setiap zona memberikan para wisatawan ikut merasakan suasana yang tercipta pada zona tersebut. Zona-zona tersebut adalah Zona Hall Utama, Zona Edukasi, Zona Batavia, Zona *America*, Zona *Italy*, Zona Perancis, Zona Jerman, Zona Inggris, Zona *Las Vegas*, Zona *Hollywood*, dan Pasar Apung Nusantara.

Setiap manusia memiliki persepsi terhadap suatu benda. Museum angkut ini menampilkan berbagai benda dan bentuk-bentuk untuk menunjang pengunjung dalam mengenali suatu zona, oleh karena itu persepsi visual sangat dibutuhkan pengunjung untuk mengenali suatu zona di Museum Angkut.

Persepsi dalam kaitannya dengan Museum Angkut adalah proses mempersepsikan dari gambaran visual yang ada pada interior di dalamnya, yang dipengaruhi oleh unsur warna,

keseimbangan, bentuk, wujud, gerak, ruang, ekspresi, dan pencahayaan [2]. Seluruh variabel tersebut membentuk persepsi manusia terhadap benda, dengan adanya variabel tersebut dapat membantu dalam pengunjung mengenal suatu zona yang ada di Museum Angkut.

Interior menjadi bahasan yang penting atas fenomena Museum Angkut tersebut. Di setiap zona yang ada di Museum Angkut memiliki interior yang didesain untuk memberikan edukasi terhadap pengunjung dengan diolah dengan pendekatan estetis melalui aplikasi tema pada tatanan interior, pengolahan elemen pembentuk ruang (lantai, dinding, dan plafon) dengan pertimbangan warna dan pencahayaan yang tepat sehingga mencapai karakter dan suasana ruang yang sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu, menjadi sangat penting untuk mengetahui penerapan tema yang terdapat pada tiap zona di Museum Angkut.

Dalam hal ini sasaran utama pembahasan berkaitan dengan ketertarikan pengunjung terhadap aspek visual pada interior Museum Angkut melalui proses persepsi dengan bahasan utama persepsi visual dengan variabel ruang dan bentuk. Untuk mengetahui perbedaan cara pandang persepsi tentang interior pada Museum Angkut, koresponden dibagi menjadi 2 jenis yaitu koresponden umum tanpa adanya latar belakang akademisi di bidang desain interior dengan koresponden yang memiliki latar belakang bidang akademisi desain interior.

Dengan latar belakang inilah yang menarik keingintahuan penulis untuk mendalami lebih lanjut kajian tema yang terkandung dalam Museum Angkut ini yang memberikan daya tarik yang tinggi terhadap masyarakat.

Dengan dilatarbelakangi hal tersebut, peneliti merumuskan permasalahan:

1. Bagaimana penerapan tema secara persepsi visual dengan variabel bentuk dan ruang pada elemen interior dan arsitektur di tiap zona pada Museum Angkut Batu menurut pengunjung?
2. Bagaimana perbedaan persepsi visual terhadap penerapan tema pada elemen interior dan arsitektur di tiap zona Museum Angkut dengan variabel bentuk dan ruang menurut koresponden umum dan interior?

Arah tujuan dari penelitian bentuk di tiap zona pada Museum Angkut adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan tema secara visual dengan variabel bentuk dan ruang pada elemen interior dan arsitektur di tiap zona pada Museum Angkut Batu menurut pengunjung secara persepsi visual.
2. Untuk mengetahui perbedaan persepsi visual antara koresponden umum dan koresponden bidang interior terhadap penerapan tema dengan variabel bentuk dan ruang pada elemen interior dan arsitektur di tiap zona pada Museum Angkut Batu.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif induktif dengan pendekatan deskriptif dan didukung dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semistruktur (*in-dept interview*). Pendekatan kualitatif induktif yaitu pengembangan konsep yang didasarkan atas data yang ada, mengikuti desain penelitian yang fleksibel sesuai dengan konteksnya.[8] Subjek

penelitian ini mencangkup pengunjung Museum Angkut dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data yang maksimal.[1]. Total koresponden 10 orang, yang dibagi menjadi dua, yaitu 5 orang dari pengunjung non-interior dan 5 orang dari pengunjung dengan latar belakang bidang akademis bidang interior. Teknik wawancara yang digunakan adalah semistruktural (*in-dept intrerview*) dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.[10] Tujuan dari wawancara jenis ini agar peneliti dapat menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana koresponden yang diwawancarai diminta pendapat dan ide tentang visual yang ada di Museum Angkut.

Menganalisis data-data yang didapat dari teknik wawancara, yaitu kajian pustaka ilmiah, kajian pustaka populer dan dalam proses analisis digunakan 3 komponen utama:[10]

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Verifikasi, penarikan kesimpulan

Metode analisa deskriptif dilakukan pada pembahasan bentuk tiap zona yang ada di Museum Angkut sesuai dengan hasil rumusan teori persepsi visual sebagai acuan penelitian, sehingga mendapatkan kesimpulan tentang persepsi visual di tiap zona.

Ruang lingkup masalah untuk penelitian ini dibagi menjadi 2 aspek, yaitu fisik dan non-fisik. Yang fisik meliputi orientasi bangunan, fasad bangunan, tampak bangunan, layout dan pola penataan ruang, elemen pembentuk ruang (lantai,dinding,plafon), aspek dekorasi, dan perabot. Sedangkan aspek non-fisik meliputi suasana ruang, pengalaman ruang, pendapat pengunjung pada penerapan tema ditinjau dari aspek persepsi visual dan tema yang ada di tiap zona Museum Angkut.

III. KAJIAN PUSTAKA

A. Tema

Secara garis besar tema merupakan ide pokok yang dipersoalkan dalam karya seni.[5] Ide pokok suatu karya seni dapat dipahami atau dikenal melalui pemilihan *subject matter* (Pokok soal) dan judul karya. Pokok soal dapat berhubungan dengan nilai estetis atau nilai kehidupan, yakni berupa: objek alam, objek kebendaan, suasana atau peristiwa yang metafora (konotasi) atau alegori. Nilai estetis adalah nilai yang berhubungan dengan segala sesuatu yang tercakup dalam pengertian keindahan. Nilai dibedakan menjadi nilai subyektif dan nilai obyektif atau dibedakan menjadi nilai ekstrinsik dan nilai intrinsik. Nilai ekstrinsik adalah sifat baik dari suatu benda sebagai alat atau sarana untuk sesuatu hal lainnya. Sedangkan nilai intrinsik adalah sifat baik dari benda yang bersangkutan, atau sebagai suatu tujuan, ataupun demi kepentingan benda itu sendiri. [5]

B. Museum

Museum ialah institusi permanen/lembaga permanen, yang melayani kepentingan masyarakat dan kemajuannya, terbuka untuk umum, tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, dengan cara mengumpulkan (pengoleksian), memelihara

(konservasi), meneliti, memamerkan, dan mengkomunikasikan benda-benda nyata material manusia dan lingkungannya, untuk tujuan studi, pendidikan, dan rekreasi.[7]

C. Persepsi Visual

Persepsi merupakan tahap paling awal dari serangkaian pemrosesan informasi. Persepsi adalah suatu proses penggunaan pengetahuan yang telah dimiliki (yang disimpan di dalam ingatan) untuk mendeteksi atau memperoleh dan menginterpretasi stimulus atau rangsangan yang diterima oleh alat indera seperti mata, telinga, dan hidung.[6] Proses diterimanya rangsang (obyek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa) sampai rangsang itu disadari dan dimengerti individu yang bersangkutan disebut persepsi. Karena persepsi bukanlah sekedar penginderaan, maka persepsi dikatakan sebagai penafsiran pengalaman (*the interpretation of experience*)[8]. Persepsi adalah proses dimana seseorang memperoleh informasi dari lingkungan sekitar. Persepsi merupakan suatu hal yang aktif [6].

Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa persepsi visual merupakan suatu proses optis yang kompleks, dengan melibatkan otak, alat sensori, dan informasi-informasi visual yang ada untuk dapat menyeleksi, memahami, dan menerjemahkan apa yang dilihat oleh mata atau bentuk visual menuju persepsi yang bermakna. Agar terjadi penginderaan bermakna, maka ciri-cirinya adalah: [8]

- Rangsang yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap indera, yaitu sifat sensoris dasar dari masing-masing indera (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu untuk perasa, bunyi untuk pendengaran, sidat permukaan untuk peraba dan sebagainya).
- Dunia persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang) sehingga kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan dan belakang, dan sebagainya.
- Dunia persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan sebagainya.
- Obyek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya.
- Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu.
- Kita melihat meja tidak berdiri sendiri melainkan dalam ruang tertentu, di saat tertentu, pada posisi tertentu, dan sebagainya.
- Dunia persepsi adalah dunia penuh arti. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna bagi kita, yang ada hubungannya dengan tujuan dalam diri kita.

Persepsi visual memiliki beberapa variabel visual, yaitu: bentuk, warna, tekstur, pencahayaan, keseimbangan, pertumbuhan/perkembangan, ruang, dan gerak.[2]

D. Tinjauan tentang Variabel Persepsi Visual

Persepsi visual terdiri dari beberapa variabel, antara lain: bentuk, pencahayaan, warna, tekstur, keseimbangan, pertumbuhan, gerak, dan ruang.[2] Dalam penelitian ini variabel yang dipilih adalah: bentuk dan ruang.

• Bentuk

Menurut pakar filsafat sejati dalam sandiwara *Moliere The Forced Marriage*, bentuk adalah “manifestasi fisik luar dari suatu objek yang hidup”. Bentuk merupakan sesuatu yang kita

amati, sesuatu yang memiliki makna, dan berfungsi secara struktural pada objek-objek seni. Menurut teori Gestalt dalam buku *Studi Perilaku Lingkungan* terdapat tiga hal pokok yang mengungkapkan berbagai fenomena visual, yaitu *form*, *isomorphism*, dan *field forces*. Bentuk (*form*) dianggap sesuatu yang fundamental, berdiri sendiri sebagai suatu elemen tertutup dan terstruktur dalam dunia visual. Prinsip yang mengatur pengamatan manusia terhadap bentuk di dunia nyata adalah konstansi, dimana prinsip ini lebih bersifat psikologis dan menyangkut arti dari suatu obyek atau gejala yang bersifat konstan atau tetap meskipun ada perbedaan ukuran pada imaji retina. Konstansi tersebut meliputi konstansi tempat, warna, bentuk dan ukuran (benda yang jauh terlihat lebih kecil dan benda yang berubah posisinya dalam medan penglihatan kita akan nampak berbeda bentuknya).[8] *Isomorphism* yaitu terdapat pengertian yang sama antara bentuk dari pengalaman konseptual dengan bentuk dari proses neurologis manusia. Rudolf Arnheim (1965) mengatakan: “*Kekuatan (The forces) yang dialami ketika seseorang melihat suatu obyek dapat dianggap secara psikologis sama dengan kekuatan fisiologis yang bekerja secara aktif di pusat otak bagian penglihatan. Meskipun proses ini terjadi secara fisik dalam otak, namun semua kekuatan itu dianggap property dari obyek yang ditangkap*”. Dapat disimpulkan bahwa teori Gestalt ini menganggap semua persepsi manusia terorganisir ke dalam bentuk (*figurs*) – di mana garis, bidang dan obyek yang ada muncul sebagai suatu kekuatan dinamis, yang Nampak seperti sesuatu yang memberi kualitas gembira, sedih – dengan latar belakang (*ground*) sekitarnya sebagai suatu bidang homogen. Gambar dua dimensi yang memuat berbagai tatanan garis dan bidang berperan dalam pembentukan persepsi visual manusia [8]. Kualitas ekspresi (*expressive qualities*) arsitektur amat terikat sedemikian rupa pada konfigurasi tertentu dalam pengalaman seseorang. Bentuk-bentuk visual bisa dirasakan seseorang karena bentuk-bentuk tersebut mempunyai kualitas ekspresi tertentu.[8]

• Ruang

Ruang adalah sesuatu yang dapat di bayangkan sebagai suatu kesatuan terbatas atau tak terbatas, seperti keadaan yang kosong yang sudah di siapkan untuk mengisi barang.[2] Ruang ada sebagai pemancaran tanpa batas hingga adanya sebuah batasan. Ruang tercipta karena adanya konstruksi bangunan sehingga menciptakan ruang eksterior dan interior.[9]

Ruang universal atau jagad raya tidak terbatas, tidak mempunyai definisi. Pada saat suatu unsur diletakkan pada suatu bidang, barulah hubungan visualnya terbentuk. Ketika unsur-unsur lain mulai diletakkan pada bidang tersebut, terjadilah hubungan majemuk antara ruang dan unsur-unsur tersebut maupun antara unsur yang satu dengan unsur lainnya. Ruang oleh karenanya terbentuk dari adanya hubungan-hubungan tersebut [3]

Ruang secara konstan melingkupi hidup manusia, melalui volume ruang, manusia bergerak, melihat bentuk, mendengar suara, merasakan angin, mencium aroma taman bunga dikala mekar. Ruang merupakan hawa yang hakekatnya tidak terbentuk. Bentuk visualnya adalah dimensi, skala, kualitas pencahayaan dan semua ini tergantung pada persepsi manusia.[4]

Bentuk dan ruang merupakan kesatuan yang berlawanan.[4] Ruang pandang manusia biasanya terdiri dari elemen-elemen heterogen yang berbeda bentuk dasar, ukuran, warna, atau orientasinya. Untuk dapat memahami dengan baik struktur suatu ruang pandang, manusia cenderung mengorganisir elemen-elemennya ke dalam elemen positif dan negative dimana elemen positif sebagai figur dan elemen negative sebagai latar belakang bagi figur-figur tersebut. Persepsi dan pengertian manusia akan suatu komposisi bergantung pada bagaimana manusia tersebut mengintrepertasikan interaksi visual antara elemen positif dan negative di lingkungannya. Sebuah ruang dilihat dari sudut pandang seorang manusia memandang suatu benda.[2] Perspektif akan menimbulkan kesan ruang. Semakin luas sudut pandang terhadap suatu benda, maka ruang yang tercipta semakin dekat begitu pula sebaliknya jika sudut pandangnya kecil, maka ruang yang tercipta semakin dalam

IV. ANALISA DATA

Berdasarkan teori dan hasil wawancara 10 koresponden, dilakukan analisa data di tiap zona untuk mendapatkan hasil simpulan tentang persepsi pengunjung terhadap terapan tema dengan variabel bentuk dan ruang.

• **Bentuk**

1. Zona Batavia & Pecinan

Persepsi visual yang ditangkap oleh koresponden umum adalah adanya penggunaan ejaan lama (PU1-PU5), penggunaan bahasa belanda (PU1-PU3,PU5), adanya tulisan ‘Batavia’ (PU 4&PU 5), dan adanya batik menurut PU5. Sedangkan untuk zona pecinan dikenali melalui adanya lampion (PU1-PU5), tulisan huruf China (PU2-PU5), tulisan ‘pecinan’ (PU3-PU5), adanya aksesoris China (PU3-PU5), adanya mercon (PU5), dan adanya ornamen pada pintu (PU5). Menurut Laurens pada buku ‘Perilaku lingkungan’, tanda adalah sebuah bentuk yang secara konvensional disepakati, menggantikan sesuatu dalam arti yang sesungguhnya daripada arti yang abstrak. Berdasarkan teori tersebut tulisan disebut sebagai tanda yang dikenali oleh seluruh koresponden untuk mengenali zona ini.



Gambar 1. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan persepsi visual menurut koresponden interior, mengenali zona Batavia melalui penggunaan ejaan lama (PI1-PI5), adanya penggunaan bahasa belanda (PI1-PI5), bentuk desain bangunan yang minimalis (PI1), bentuk desain bangunan kuno (PI5), adanya kotak pos kuno tinggi besar yang berwarna oranye (PI2), display angkutan (PI2&PI3), dan adanya dekorasi berupa sangkar burung kuno (PI3). Untuk zona pecinan koresponden interior mengenalinya berdasarkan adanya lampion (PI1-PI4), pintu bergaya China (PI1&PI2), jendela bergaya China (PI1), ornament-ornamen China (PI1&PI4), dan aksesoris berupa keramik China (PI1-PI4).



Gambar 2. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Hasil dari analisa menurut koresponden umum dan koresponden interior adalah koresponden interior lebih mengenali suatu ruang secara detail karena koresponden interior melihat bagian ornamen yang teraplikasikan pada pintu, jendela, dan atap dari bangunan China. Untuk mengenali suatu zona, koresponden umum lebih tertarik pada obyek-obyek yang telah menjadi ciri khas zona tersebut seperti tulisan-tulisan yang menunjukkan zona tersebut. Pada zona pecinan, seluruh koresponden baik umum dan interior mengenali unsur china berasal dari warna-warnanya terutama warna merah. Dalam jurnal yang berjudul ‘Ragam hias dan warna sebagai simbol dalam arsitektur China’, warna merah pada budaya China diyakini sebagai warna kebahagiaan, lambang suka cita, dan keberuntungan sehingga warna merah sebagai warna populer yang menjadi identitas China.



Gambar 3. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

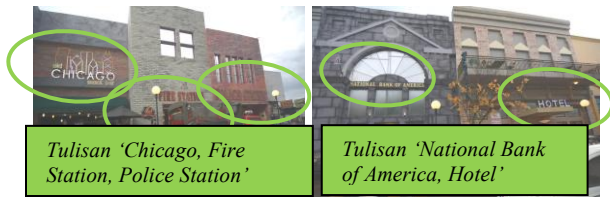
2. Zona Gangster Town & Pecinan

Persepsi visual yang ditangkap oleh koresponden umum adalah dari tulisan ‘National Bank of America’ (PU1-PU5), bentuk desain bangunan (PU1-PU5), tulisan ‘Broadway’ (PU1-PU2, PU4-PU5), tulisan ‘Gangster Town’ (PU1-PU5), miniatur teater (PU2), miniatur panggung ‘Broadway’ (PU3), tulisan ‘Chicago’ (PU3-PU5), display angkutan (PU2-PU4), miniatur ‘gas station’ (PU3), dan signage penunjuk arah (PU3).



Gambar 3. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan persepsi visual yang ditangkap oleh koresponden interior pada zona ini adalah dilihat dari bentuk desain bangunan (PI1-PI5), adanya miniatur kantor polisi (PI1-PI3,PI5), adanya miniatur ‘fire station’ (PI1), adanya ‘bar’ (PI1-PI4A), miniatur panggung ‘Broadway’ (PI1,PI3-PI5), miniatur hotel (PI1&PI4), tulisan ‘National Bank of America’ (PI1,PI3-PI5), display angkutan (PI2-PI5), tulisan ‘Gangster Town’ (PI2-PI5), miniatur ‘Gas Station’ (PI2-PI5), miniatur ‘Barber Shop’ (PI3-PI5), tulisan ‘Broadway’ (PI2&PI4), dan bantuk lampu (PI4).



Gambar 4. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Hasil analisis yang didapat pada zona ini secara persepsi visual antara koresponden umum dan koresponden interior adalah mereka sama-sama mengenali zona ini berdasarkan tulisan 'National Bank of America' yang terdapat pada salah satu bangunan yang merupakan miniatur dari bank America, bentuk desain bangunan, display angkutan yang menampilkan berbagai macam mobil buatan America seperti Dodge, Ford, dan warna-warna mobilnya cenderung gelap seperti hitam sehingga mewakili sifat mafia yang tegas dan kejam, selain itu ada juga tulisan 'Gangster Town' yang diletakkan menyerupai papan iklan di jalan raya.



Gambar 3. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

3. Zona Italia

Koresponden umum mengenali zona ini sebagai zona Italy berdasarkan tulisan 'Italy' pada salah satu dindingnya (PU1&PU2), bendera negara Itali (PU1-PU5), aksesoris pizza (PU1,PU3,PU4), bentuk desain bangunan (PU1-PU3,PU5), lukisan Venezia (PU1-PU5), lukisan Colosseum (PU1-PU5), lukisan menara Pisa (PU1-PU5), patung ksatria Roma (PU1&PU3), display angkutan (PU2-PU4), tulisan 'Selamat datang di Italia' (PU3), dan kata-kata bahasa Italia (PU5).



Gambar 5. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan koresponden interior mengenali zona ini berdasarkan adanya bendera Italia (PI1-PI4), aksesoris pizza (PI1-PI5), bentuk desain bangunan (PI1,PI3-PI5), lukisan Venezia (PI1-PI5), lukisan Colosseum (PI1-PI5), lukisan menara Pisa (PI1-PI5), display angkutan (PI1-PI5), lampu dinding (PI1&PI3), banyak tanaman (PI1-PI5), tulisan 'Italy' (PI2-PI5), patung ksatria roma (PU3&PU4), kata-kata bahasa italia (PU4&PU5), dan *signage* penunjuk arah (PI4).



Gambar 5. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Kesimpulan yang didapat dari kedua koresponden ini adalah seluruh kesimpulan dari koresponden umum juga dikenali oleh koresponden interior, yaitu adanya bendera Italia pada salah satu dinding, adanya aksesoris roti pizza yang besar, bentuk desain bangunan yang menurut beberapa koresponden baik umum maupun interior mengenali bentuk desain bangunan di zona ini sebagai gaya desain *vintage*, adanya lukisan Venezia, bangunan Colosseum, dan menara Pisa pada dindingnya, serta dikenali berdasarkan display angkutan yang berupa motor merk Vespa yang sangat terkenal. Lukisan menara Pisa, Colosseum, dan bendera Italia ini sesuai dengan teori imaji yang menurut imaji diamsusikan sebagai sebuah imitasi atau reproduksi atau kesamaan dari sesuatu [8].



Gambar 6. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

4. Zona Paris

Koresponden umum mengenali zona ini berdasarkan adanya miniatur menara Eiffel (PU1-PU5), tulisan 'De Paris' (PU1,PU3-PU4), banyak bunga-bunga (PU1-PU2,PU4-PU5), bentuk desain bangunan (PU1,PU3-PU4), kata-kata berbahasa Perancis (PU1,PU3-PU5), lukisan jalanan kota Paris (PU1), *signage* penunjuk arah (PU3), dan aksesoris roti ala Perancis (PU4).



Gambar 7. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan koresponden interior mengenali zona ini berdasarkan miniatur menara Eiffel (PI1-PI5), tulisan 'De Paris' (PI1-PI2, PI4), banyak bunga-bunga (PI1-PI5), bentuk desain bangunan (PI1-PI2,PI4-PI5), *background* lukisan-lukisan (PI1-PI5), bentuk lampu (PI1&PI5), bentuk kursi taman (PI1&PI2), miniatur café (PI1,PI3-PI4), kata-kata bahasa Perancis (PI2, PI4-PI5), *background* toko-toko (PI2&PI3), miniatur café (PI2), aksesoris sepeda bunga (PI4), dan *background* café (PI4).



Gambar 8. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Hasil analisa dari kedua koresponden tersebut adalah koresponden interior mengenali zona ini melalui simbol-simbol yang sama dengan koresponden umum, yaitu adanya miniatur menara 'Eiffel', adanya tulisan 'De Paris', bentuk desain bangunan yang gaya desainnya mirip dengan zona Italia tetapi lebih banyak ornamen seperti pada bentukan bagian atas

pintu yang lebih banyak garis-garisnya dibandingkan pintu di zona Italia menurut pendapat PI5, banyaknya bunga-bunga yang memberikan kesan romantis seperti yang dilansir di media *online merdeka.com*, kota Paris ini dikenal sebagai kota paling romantis di dunia, dan adanya kata-kata berbahasa Perancis yang terletak pada *signage-signage* yang ada di zona ini. Koresponden interior terlihat lebih detail dalam melihat suatu ruangan seperti misalnya adanya *background* yang menggambarkan jalanan di Paris yang banyak terdapat pelukis-pelukis jalanan, selain itu sebagian koresponden interior mengenali karena adanya miniatur café-café yang banyak dijumpai di kota Paris.



Gambar 9. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

5. Zona Jerman

Zona ini dikenali sebagai zona Jerman oleh koresponden umum karena adanya tulisan ‘Selamat datang di Jerman’ (PU1-PU3,PU5), adanya bendera negara Jerman (PU1&PU5), miniatur tembok Berlin (PU1-PU5), bentuk desain bangunan (PU1-PU2), display angkutan (PU1,PU3-PU5), aksesoris minuman bir (PU3&PU4), dan kata-kata berbahasa Jerman (PU5).



Gambar 10 Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan untuk koresponden interior mengenali zona ini sebagai zona Jerman karena adanya tulisan ‘Selamat datang di Jerman’ (PI1-PI2,PI4-PI5), adanya bendera negara Jerman (PI4&PI5), kata-kata berbahasa Jerman (PI1-PI5), miniatur tembok Berlin (PI1-PI5), bentuk desain bangunan (PI1-PI5), display angkutan (PI1-PI5), adanya *background* retail (PI1), *background* gedung politik (PI1), banyak tanaman rambat di dinding-dindingnya (PI1,PI4-PI5), terdapat jam besar kuno yang masih menggunakan angka romawi (PI1), bentuk lampu taman (PI1), aksesoris minuman bir (PI1&PI2), tulisan ‘dodge’ (PI2), adanya *background* rumah-rumah (PI2), ada miniatur garasi (PI2&PI3), dan adanya bendera Jerman (PI4&PI5).



Gambar 11. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Hasil analisa yang didapat dari dua koresponden yang berbeda adalah seluruh symbol-simbol yang ditangkap sesuai dengan persepsi visual koresponden umum juga ditangkap

oleh koresponden interior, yaitu adanya tulisan ‘Selamat datang di Jerman’ karena tulisan ini diletakkan di pintu gerbang antara zona Paris dan zona Jerman sehingga ketika melewati gerbang transisi antar zona tersebut pasti terlihat, adanya miniatur tembok Berlin karena peristiwa Tembok Berlin ini yang memisahkan antara Jerman Barat dan Jerman Timur pada tahun 1961, dan yang terakhir display angkutan. Display angkutan buatan Jerman ini sangat dikenali karena transportasi buatan Jerman juga digunakan di Indonesia terutama mobil seperti mobil merk Mercy, BMW, VW yang sangat umum di negara kita. Koresponden interior jauh lebih detail dalam melihat zona ini seperti misalnya, mereka lebih melihat dari bentuk desain bangunan yang menurut mereka bentuk-bentuknya lebih kaku karena banyak menggunakan material kayu dan menciptakan garis-garis.



Gambar 12. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

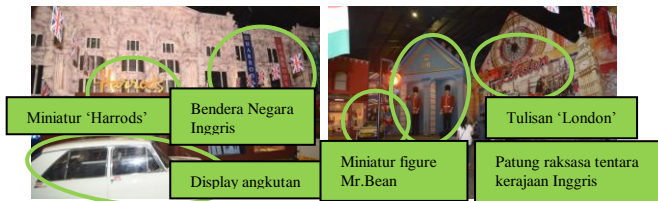
6. Zona London Street

Koresponden umum mengenali zona ini sebagai zona London berdasarkan persepsi visual mereka karena adanya bendera negara Inggris (PU1-PU5), miniatur ‘London Market Hall’, adanya miniatur figur Mr.Bean beserta mobilnya (PU1-PU3,PU5), display angkutan (PU1,PU3,PU5), patung raksasa tentara kerajaan Inggris (PU1-PU3,PU5), *icon* The Beatles (PU1,PU3,PU5), adanya *double dekker bus* (PU1&PU4), adanya Big Ben (PU1&PU3), aksesoris *box telpon* (PU1-PU5), bentuk desain bangunan (PU2&PU4), adanya *icon* Marlyn Monroe (PU2&PU4), adanya ‘*Piccadilly Ircus*’ (PU3), ada gambar ‘Buckingham Palace’ (PU3), miniatur ‘Harrods’, *signage* penunjuk arah (PU3), tulisan ‘London’ (PU3&PU5), adanya *icon* ‘James Bond’ (PU4), dan ada lambang ‘*Poundsterling*’ (PU4).



Gambar 13. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan koresponden interior mengenali zona London ini berasal dari adanya bendera negara Inggris (PI1-PI5), bentuk desain bangunan (PI1-PI5), miniatur figur Mr.Bean beserta mobilnya (PI1-Pi5), display angkutan (PI1&PI4), patung raksasa tentara kerajaan Inggris (PI1-PI2,PI4-PI5), miniatur ‘Harrods’ (PI1,PI3-PI5), tulisan ‘Harrods’ (PI1,PI3-PI5), tulisan ‘London’ (PI1-PI4), adanya *double dekker bus* (PI1), aksesoris *box telepon* (PI1,PI4-PI5), banyaknya ornament-ornamen (PI1), *icon* ‘The Beatles’ (PI 2&PI4), *signage* penunjuk arah (PI2), miniatur ‘London Market Hall’ (PI1,PI3-PI5), *icon* ‘James Bond’ (PI 3&PI4), adanya Big Ben (PI4&PI5), adanya patung singa lambang Inggris (PI4), dan ada kotak pos Inggris (PI5).



Gambar 14. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

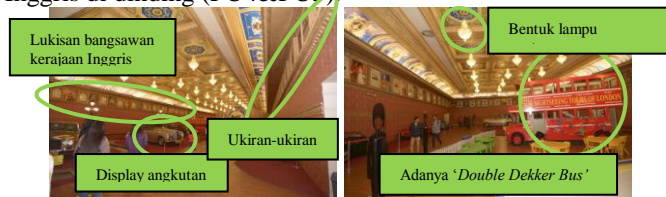
Di zona ini, persepsi yang ditangkap oleh koresponden umum dan interior hampir sama karena banyak dijumpai *icon- icon* yang benar-benar melekat dengan London seperti misalnya adanya bis bertingkat, patung tentara kerajaan Inggris yang menggunakan topi tinggi berwarna hitam, ada *box telepon* yang menjadi ciri khas di negara Inggris, dan adanya miniatur figur Mr.Bean yang melegenda. Sebagian besar dari kedua jenis koresponden ini mengenali symbol-simbol tersebut karena pernah menonton film Mr.Bean dimana dalam film tersebut Mr.Bean tinggal di London, sehingga membuat seluruh koresponden ini mengenali zona London secara baik.



Gambar 15. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

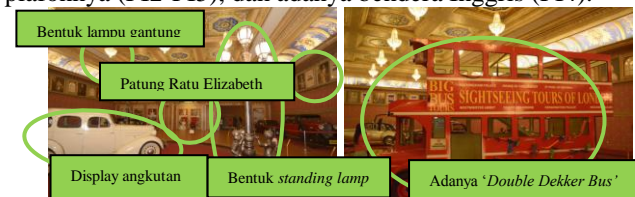
7. Zona Istana Buckingham

Koresponden umum mengenali zona ini sebagai Istana Buckingham berdasarkan adanya tulisan 'Buckingham Palace' (PU1-PU5), bentuk desain interior (PU1&PU2), patung 'Ratu Elizabeth' (PU1-PU5), gambar malaikat (PU1), bentuk lampu gantung (PU1,PU3-PU5), ukiran-ukiran (PU2), display angkutan (PU3&PU4), adanya 'double dekker bus' (PU3&PU5), dan ada banyak lukisan para bangsawan kerajaan Inggris di dinding (PU4&PU5).



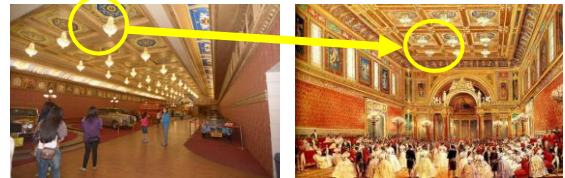
Gambar 16. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan sebagai koresponden yang memiliki latar belakang di bidang desain interior mengenali zona ini sebagai Istana Buckingham karena bentuk desain interior (PI1-PI5), adanya patung 'Ratu Elizabeth' (PI1&PI2), lukisan bangsawan Inggris (PI1-PI2,PI4-PI5), adanya 'double dekker bus' (PI1-PI2,PI4), bentuk *standing lamp* (PI1-PI5), bentuk lampu gantung (PI1,PI3-PI5), ukiran-ukiran (PI2-PI3,PI5), adanya patung 'Armour' (PI2&PI4), gambar malaikat di plafon-plafonnya (PI2-PI5), dan adanya bendera Inggris (PI4).



Gambar 17. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Kesimpulan yang diperoleh dari koresponden umum dan interior menurut persepsi mereka terhadap zona ini adalah mereka memiliki persepsi yang sama terhadap bentuk lampu gantung yang ada. Menurut sebagian besar koresponden umum lampu gantungnya sudah cukup mewakili Istana Buckingham karena menambah kesan mewah.



Gambar 18. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

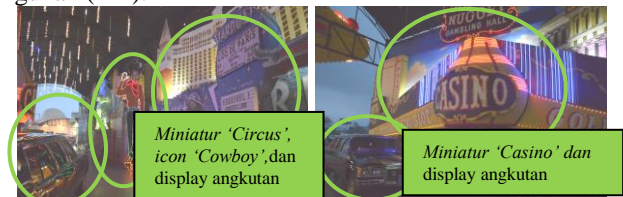
8. Zona Las Vegas

Koresponden umum mengenali zona ini sebagai zona Las Vegas menurut persepsi visual mereka karena adanya miniatur 'Casino' (PU1-PU5), miniatur pyramid (PU1-PU3), miniatur 'spinx' (PU1-PU3), *signage* Las Vegas (PU1-PU5), display angkutan (PU1&PU 3), dan adanya miniatur sirkus (PU5).



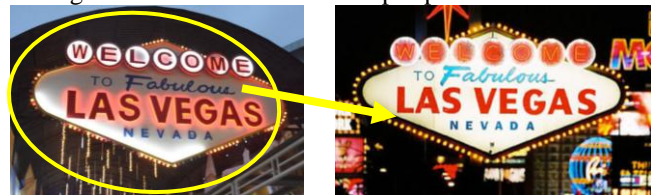
Gambar 19. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan koresponden interior mengenali zona ini sebagai zona Las Vegas karena adanya miniatur 'Casino' (PI1-PI3), miniatur 'Pyramid (PI1-PI3), miniatur 'Spinx' (PI1-PI3), *signage* Las Vegas (PI1-PI5), miniatur patung Liberty (PI1-PI5), display angkutan (PI1), *background* gedung-gedung (PI1-PI4), miniatur sirkus (PI1), display angkutan (PI2-PI4), *icon 'cobby'* (PI2&PI4), *icon* badut (PI4), dan bentuk desain bangunan (PI4).



Gambar 20. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Kesimpulan yang didapat dari persepsi koresponden umum dan interior adalah mereka memiliki persepsi yang sama dalam mengenali zona ini yaitu adanya miniatur 'Casino' yang sudah tidak asing lagi bahwa kota Las Vegas dikenal dengan Casinonya, adanya miniatur pyramid dan 'spinx' yang menurut sebagian besar koresponden baik umum dan interior tidak ada hubungannya dengan kota Las Vegas. Miniatur 'spinx' dan pyramid yang ada di zona ini ditampilkan untuk menampilkan miniatur sebuah hotel yang dikenal dengan 'LUXOR' di kota Las Vegas. Hotel ini memiliki konsep seperti di Mesir.

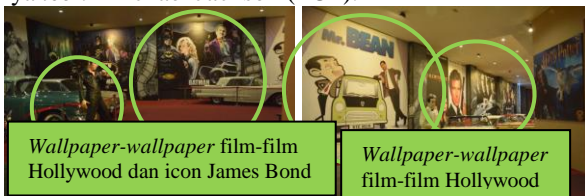




Gambar 21. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

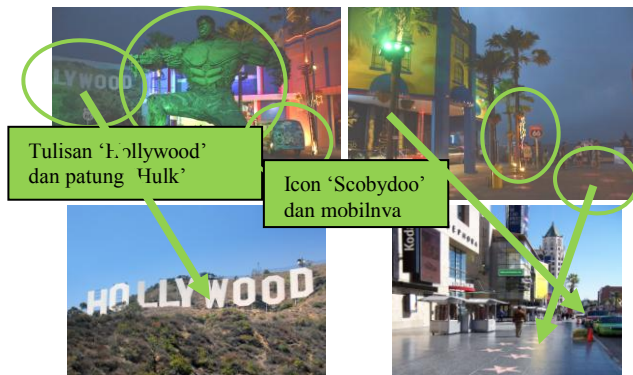
9. Zona Hollywood

Koresponden umum mengenali zona ini sebagai zona Hollywood karena adanya *wallpaper-wallpaper* film-film Hollywood (PU1-PU5), patung 'Hulk' raksasa (PU1&PU5), *icon* 'James Bond' (PU1), *icon* 'Scobydoo' beserta mobilnya (PU1&PU3), mobil Batman (PU1&PU3), adanya miniatur 'Hall of Fame' (PU1&PU5), tulisan 'Hollywood' (PU2&PU5), display angkutan (PU2-PU3, PU5), bentuk desain bangunan (PU2), miniatur pohon palm (PU2), *icon* Elvis Presley, dan adanya *icon* Michael Jackson (PU4).



Gambar 22. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Umum

Sedangkan koresponden interior mengenali zona ini sebagai zona Hollywood menurut persepsi visual mereka berdasarkan *wallpaper-wallpaper* film-film Hollywood (PI1-PI5), adanya patung 'Hulk' raksasa (PI1-PI3), *icon* James Bond (PI1), *icon* 'Scobydoo' beserta mobilnya (PI1-PI3), adanya mobil Batman (PI1), miniatur 'Hall of Fame' (PI1-PI4), display angkutan (PI2-PI5), aksesoris rol film (PI2), tulisan 'Hollywood' (PI2-PI5), miniatur pohon palm (PI2), adanya bendera negara Amerika (PI4), bentuk desain bangunan (PI4), dan *signage* penunjuk arah (PI4&PI5).



Gambar 23. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior

Kesimpulan yang didapat dari kedua koresponden yang berbeda latar belakang tersebut adalah mereka memiliki kesamaan dalam mengenali zona Hollywood ini, yaitu adanya *wallpaper-wallpaper* film-film Hollywood yang menempel pada seluruh dinding di area semi-*indoor* seperti misalnya adanya film Mr. Bean, Fast and Furious, Cars, dan lain-lain. Selain itu mereka juga melihat dari display angkutan dimana di zona ini memamerkan kendaraan-kendaraan yang mewakili kendaraan-kendaraan yang pernah digunakan di film-film Hollywood, seperti misalnya mobilnya Scobydoo, Batman, dan mobil-mobil kuno era Elvis Presley. *wallpaper-wallpaper* film-film Hollywood ini sesuai dengan teori imaji yang menurut imaji diamsusikan sebagai sebuah imitasi atau reproduksi atau kesamaan dari sesuatu.[8]



Gambar 24. Elemen Pendukung Persepsi Koresponden Interior dan Umum

• Ruang

1. Zona Batavia & Pecinan

Kesimpulan dari koresponden umum merasakan sirkulasi di zona ini cukup luas dan seluruh koresponden umum berpendapat bahwa zona ini cukup berhasil menggambarkan suasana Batavia dan Pecinan jaman dahulu. Selain itu, seluruh koresponden umum merasakan bahwa zona ini berhasil menghadirkan suasana ruang yang mencerminkan dengan keadaan di pecinan pada umumnya, yaitu terasa sempit, *crowded*, saling berdesakan, dan ramai.

Sedangkan koresponden interior memiliki persepsi yang berbeda terhadap ruang di zona ini. Karena 3 koresponden interior yang merasakan sirkulasi di zona ini sempit, maka kesimpulan dari koresponden interior merasakan sirkulasi di ruang ini sempit. Selain itu, seluruh koresponden interior merasakan hal yang sama dengan koresponden umum, yaitu merasakan zona ini sangat sukses menghadirkan suasana pecinan yang asli selain dari bentukan. Di zona ini secara ruang mereka merasakan ramai karena saat berkunjung, volume pengunjung di zona ini tinggi sehingga menambah kesan pecinannya.

Kesimpulan dari 2 jenis koresponden memiliki perbedaan persepsi terhadap ruang karena koresponden umum merasakan sirkulasi di zona ini sudah cukup luas sedangkan koresponden interior merasakan sirkulasinya sempit karena areanya saling berhadapan dan banyak display-display selain itu ramai sekali dan terkesan *crowded*. Hubungan antara manusia dengan ruang, yaitu: "Salah satu perasaan kita yang penting mengenai ruang adalah perasaan territorial. Perasaan ini memenuhi kebutuhan dasar akan identitas diri, kenyamanan dan rasa aman pada pribadi manusia".[12] Di zona ini, 2 jenis koresponden mengalami perbedaan pendapat karena mereka merasakan ruang di waktu yang berbeda. Koresponden umum mengunjungi zona ini saat jumlah pengunjung tidak sebanyak

saat koresponden interior mengunjungi zona ini. Seperti yang dikatakan Edward T. Hall di atas bahwa kenyamanan ditentukan dari perasaan teritorial. Teritorial koresponden interior sedikit terganggu karena ramainya pengunjung dan semakin banyak juga pengunjung yang berhenti untuk melakukan sesi foto-foto, sehingga alur sirkulasi sedikit terhambat.

Koresponden umum dan koresponden interior berpendapat hal yang sama tentang suasana ruang yang ada di zona ini, yaitu zona ini berhasil menghadirkan keramaian pecinan dan sesuai dengan suasana ruang yang ada di pecinan aslinya.



Gambar 25. Perbandingan suasana di zona Pecinan dan aslinya

2. Zona Gangster Town & Pecinan

Seluruh koresponden umum merasakan bahwa zona ini berhasil menghadirkan suasana seperti di Amerika. Di zona ini seluruh dari koresponden umum merasakan sirkulasi yang luas dan mencerminkan suasana aslinya di Amerika dengan lebar jalan yang luas juga.

Koresponden interior juga merasakan sirkulasi di zona ini cukup luas dan leluasa. Jadi kesimpulan yang didapat seluruh koresponden interior merasakan sirkulasi ruang yang cukup untuk zona ini. Selain itu, seluruh dari koresponden interior merasakan bahwa zona ini berhasil menghadirkan suasana ruang yang sesuai dengan tema.

Kesimpulan dari 2 koresponden ini, mereka merasakan sirkulasi yang cukup luas di zona ini karena jalur jalannya sangat luas karena di zona ini digunakan sebagai parade yang menampilkan figur-figur Amerika seperti mafia-mafia, tokoh kartun, dll lengkap beserta angkutannya. Zona ini merupakan zona *outdoor* dimana persepsi manusia terhadap ketinggian langit sering diasosiasikan dengan timbulnya rasa lega dan mewah.[3] Karena *outdoor* zona ini tidak memiliki atap dan memberikan efek psikologis yang luas terhadap pengunjung. Selain itu, zona ini sangat mempresentasikan suasana yang ada di Chicago dengan jalanan dan trotoar yang lebar serta didukung dengan bentukan-bentukan yang menunjang ruang untuk dikenali oleh pengunjung.



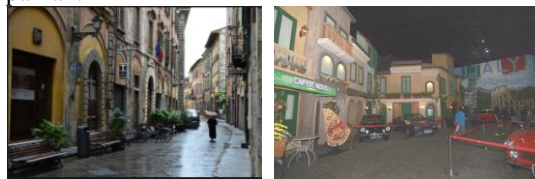
Gambar 26. Perbandingan suasana di zona Gangster Town & Broadway Street dan aslinya

3. Zona Italia

Koresponden umum secara keseluruhan merasakan bahwa sirkulasi di zona ini sempit. Selain itu, secara keseluruhan koresponden umum merasakan bahwa zona ini berhasil menghadirkan suasana Italia dengan jalanan yang agak sempit untuk menampilkan suasana pemukiman di Italia.

Sedangkan koresponden interior memiliki perbedaan persepsi dalam memahami suatu ruang dan memiliki kesimpulan bahwa zona ini termasuk sempit. Selain itu, seluruh koresponden interior merasakan zona ini berhasil menghadirkan suasana pinggiran Italia yang tenang.

Kesimpulan yang didapat dari 2 koresponden berbeda adalah sirkulasi untuk zona ini cukup luas. Meskipun zona ini berada di dalam ruang dan tidak terlalu luas, tetapi sebagian besar pengunjung merasakan zona ini tidak sempit karena zona ini memiliki atap yang tinggi. Bidang langit dapat dimanipulasi untuk mendefinisikan serta menegaskan zona ruang di dalam sebuah ruangan.[3] Langit-langit dapat ditinggikan ataupun direndahkan untuk mengubah skala ruang. Selain itu seluruh koresponden baik koresponden umum (PU) dan interior (PI) berpendapat bahwa suasana Italia yang ada di zona ini tersampaikan.



Gambar 27. Perbandingan suasana di zona Italia Street dan aslinya

4. Zona Paris

Di zona ini menurut koresponden umum sirkulasi yang terbentuk cukup luas di zona ini. Selain itu, Seluruh koresponden umum berpendapat bahwa zona ini secara keseluruhan mencerminkan suasana kota Paris yang romantis.

Sedangkan koresponden interior memiliki persepsi yang sama yaitu secara keseluruhan sirkulasi di zona ini cukup luas. Selain itu, hampir seluruh koresponden interior merasakan bahwa zona ini mempresentasikan suasana Eiffel yang romantis.

Kesimpulan dari dua jenis koresponden adalah kedua koresponden memiliki persepsi yang sama tentang ruang yaitu sirkulasi di zona ini cukup luas. Hal ini disebabkan karena bentuk denah di zona ini merupakan organisasi terpusat dimana miniatur menara Eiffel sebagai pusatnya. 'Ruang organisasi yang terpusat dan bersifat mempersatukan ini umumnya bentuknya teratur dan ukurannya pun cukup besar untuk mengumpulkan sejumlah ruang sekunder di sekeliling garis batasnya'. [3] Selain itu, secara keseluruhan koresponden umum dan interior merasakan zona ini berhasil dalam mempresentasikan suasana yang ada di Paris.



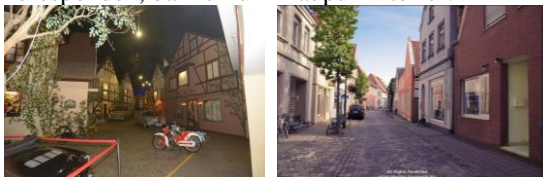
Gambar 27. Perbandingan suasana di zona Paris dan aslinya

5. Zona Jerman

Di zona ini seluruh koresponden umum merasakan sirkulasi ruang yang cukup luas, dilihat dari hasil wawancara mereka. Selain itu, seluruh koresponden umum merasakan zona ini berhasil menampilkan suasana pedesaan Jerman yang tenang dan asri.

Sedangkan persepsi koresponden interior didapat dari hasil wawancara memberikan kesimpulan yaitu sirkulasi di zona ini cukup luas. Selain itu, hampir seluruh koresponden interior merasakan bahwa zona ini berhasil membuat pengunjung merasakan suasana di Jerman.

Kesimpulan yang didapat dari kedua koresponden adalah secara kesimpulan dari masing-masing koresponden didapat hasil yang sama yaitu sirkulasi dalam zona ini cukup luas. Di zona ini, pengunjung digiring untuk melewati suatu jalan karena adanya 2 bidang yang sejajar dan membentuk ruang. 'Sepasang bidang vertical yang sejajar akan mendefinisikan area ruang di antaranya, ujung terbuka di areanya dihasilkan oleh tepi-tepi bidangnya yang vertical dan memberikan suatu kualitas arah yang kuat.[3] Karena bidang-bidang sejajar tersebut tidak membentuk sudut, maka secara alamiah bersifat terbuka'. Hal inilah yang membuat sebagian besar. Zona ini berhasil menampilkan suasana di Jerman menurut sebagian besar koresponden, baik umum maupun interior.



Gambar 28. Perbandingan suasana di zona Jerman dan aslinya

6. Zona London Street

Pada zona ini koresponden umum merasakan persepsi yang berbeda-beda terhadap ruang di zona ini. Dari wawancara yang didapat, dapat disimpulkan bahwa koresponden umum merasa sirkulasi di zona ini terasa sempit. Selain itu, seluruh koresponden umum merasakan zona ini berhasil menampilkan suasana London dengan berbagai bentuk penunjang.

Sedangkan koresponden interior terhadap persepsi ruang di zona ini didapat dari hasil wawancara yang menghasilkan kesimpulan yaitu secara keseluruhan sirkulasi di zona ini cukup luas. Selain itu zona ini cukup menggambarkan London menurut keseluruhan dari koresponden interior.

Kesimpulan yang didapat dari wawancara kedua jenis koresponden adalah mereka memiliki perbedaan dalam merasakan ruang. Koresponden umum merasakan sirkulasi ruang ini sempit sedangkan koresponden interior merasakan cukup luas. Sebagian besar koresponden umum merasakan sempit karena adanya mobil-mobil display yang diletakkan di pinggir jalan. Secara keseluruhan dari koresponden yang ada, mereka dapat merasakan suasana yang ada di zona ini yaitu zona London dengan berbagai faktor pendukung seperti ruang, sirkulasi, dan bentuk-bentuk yang menjadi ciri khas dari London.



Gambar 29. Perbandingan suasana di zona London Street dan aslinya

7. Zona Istana Buckingham

Di zona ini wawancara yang didapat dari koresponden umum dapat disimpulkan koresponden umum merasakan sirkulasinya luas. Selain itu, suasana ruang yang ada di zona ini berhasil menampilkan suasana megah seperti yang ada pada sebuah istana menurut seluruh koresponden umum.

Sedangkan untuk koresponden interior merasakan ruang di zona ini didapat dari wawancara memiliki kesimpulan bahwa sirkulasi ruangan ini luas. Selain itu, hampir seluruh koresponden interior merasakan zona ini berhasil menghadirkan suasana sebuah istana dari kerajaan Inggris yang megah.

Kesimpulan yang didapat dari 2 koresponden tersebut adalah kedua koresponden merasakan ruangan di zona ini sangat luas. Di zona ini, pengelola ingin menampilkan kesan megah. Sebuah ruang dengan panjang dan lebar yang jauh lebih besar meskipun memiliki ketinggian yang sama akan memberikan kesan berat'. [3]. Jadi kesan berat dalam zona ini dapat mempresentasikan sebuah istana yang besar dan megah. Selain itu, hampir seluruh koresponden baik dari koresponden umum maupun interior dapat menangkap maksud tema yang dihadirkan di zona melalui bentuk-bentuk dan faktor pendukung.



Gambar 30. Perbandingan suasana di zona Istana Buckingham dan aslinya

8. Zona Las Vegas

Di zona ini koresponden umum merasakan ruang berasal dari hasil wawancara yang memiliki kesimpulan yaitu koresponden umum merasa zona ini sempit. Selain itu, hampir seluruh koresponden umum merasa bahwa zona ini gagal menampilkan suasana Las Vegas yang *glamour*.

Sedangkan untuk koresponden interior, persepsi ruang yang mereka rasakan dapat dilihat dari hasil wawancara. Hasil kesimpulan yang didapat dari wawancara tersebut adalah Mereka merasakan zona ini sempit. Selain itu menurut hampir keseluruhan dari koresponden interior zona ini gagal untuk memberikan suasana yang gemerlap dari Las Vegas..

Kesimpulan dari kedua koresponden ini adalah kedua koresponden merasakan bahwa ruang di zona ini terasa sempit. Seluruh koresponden umum sepakat bahwa sirkulasi ruang di zona ini sempit karena ruangnya hanya berupa lorong ditambah dengan display-display yang dipajang. Zona ini merupakan lorong penghubung antara zona Istana Buckingham dan Hollywood. 'Sebuah koridor atau lorong akan membentuk suatu ruang yang tertutup dan sempit akan mendorong pergerakan ke depan secara alamiah'. [4] Oleh karena itu, zona ini sempit karena memiliki fungsi menghubungkan yang berbentuk lorong. Secara kesesuaian ruang terhadap tema, hampir seluruh koresponden interior merasa zona ini sangat gagal dan tidak mempresentasikan sebuah kemewahan dari Las Vegas.



Gambar 31. Perbandingan suasana di zona Las Vegas dan aslinya

9. Zona Hollywood

Di zona ini koresponden umum merasakan ruang berasal dari hasil wawancara yang memiliki kesimpulan yaitu sirkulasi pada zona ini termasuk luas. Selain itu secara keseluruhan dari koresponden umum merasa zona ini cukup memberikan suasana Hollywood.

Sedangkan untuk koresponden interior, persepsi yang mereka dapatkan tentang ruang di zona ini dilihat dari wawancara yang memiliki kesimpulan yaitu mereka merasakan ruang di zona ini cukup luas. Secara keseluruhan dari koresponden interior merasa bahwa zona ini gagal mempresentasikan suasana Hollywood..

Kesimpulan yang didapat dari kedua jenis koresponden ini adalah mereka sama-sama memiliki persepsi ruang di zona ini memiliki sirkulasi yang luas karena di zona ini sebagian besar terdiri dari *outdoor* dan adanya patung raksasa 'Hulk'. 'Jika sesuatu yang berskala monumental membuat kita merasa kecil, maka suatu ruang yang skalanya intim akan menggambarkan suatu lingkungan yang membuat kita merasa nyaman, terkendali, atau penting di dalamnya'.^[3] Oleh karena itu, pengunjung tidak merasakan sempit di zona ini karena merasa nyaman. Sedangkan untuk suasana ruang, koresponden umum dan interior memiliki sudut pandang yang berbeda. Koresponden umum merasa bahwa zona ini sudah mempresentasikan Hollywood dengan luas ruang yang lebar dan adanya faktor pendukung berupa figur-figur film, *wallpaper-wallpaper* film, dan patung *Hulk* raksasa. Sedangkan koresponden interior merasakan bahwa zona ini gagal mempresentasikan Hollywood karena kurangnya faktor-faktor pendukung yang menjadi ciri khas dari Hollywood dan sebagian besar hanya berupa *wallpaper* yang berupa *printing* pada bagian dindingnya.



Gambar 32. Perbandingan suasana di zona Hollywood dan aslinya

V. KESIMPULAN

• Bentuk

Persepsi terhadap variabel bentuk dimaknai sebagai pengenalan simbol-simbol ataupun ikon-ikon yang menjadi ciri khas di tiap zona yang membentuk suatu kesatuan atmosfer tertentu pada ruang. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan bahwa koresponden interior (PI) mengenali suatu zona dengan lebih detail, seperti mengemukakan ornamen-ornamen dan hiasan-hiasan keramik di zona pecinan, dan mengemukakan dengan detail bentuk desain bangunan di zona

Italia, Paris, dan Jerman. Koresponden umum (PU) lebih mengenali suatu zona berdasarkan ikon-ikon atau simbol-simbol yang menjadi ciri khas di tiap negara yang dijadikan sebagai tema di tiap zona.

Persepsi bentuk yang dikenali secara umum oleh koresponden umum (PU) dan koresponden interior (PI) adalah:

1) Tulisan

Seluruh zona yang bertema di Museum Angkut terdapat tulisan. Tanda merupakan sebuah bentuk yang secara konvensional disepakatai, menggantikan sesuatu dalam arti yang sesungguhnya. Tulisan ada di setiap zona, bertujuan membantu pengunjung untuk mengenali suatu zona. Dengan adanya tulisan, pengunjung dapat membaca dan mengenali apa yang ingin disampaikan oleh pengelola. Tulisan yang ada di setiap zona sesuai dengan tema yang ditampilkan, misalnya adanya tulisan Batavia dan pecinan di zona Batavia & pecinan. Setelah melalui proses analisa, penulis menyimpulkan bahwa, tulisan merupakan suatu bentuk yang sangat penting dan harus ada untuk menampilkan suatu tema tertentu.

2) Simbol atau ikon yang menjadi ciri khas

Simbol atau ikon yang menjadi ciri khas ini adalah suatu bentuk yang menjadi ciri khas di setiap negara yang ditampilkan, misalnya di Paris terkenal dengan menara Eiffelnya. Pengunjung dapat mengenali suatu zona tersebut sebagai zona Paris karena adanya miniatur menara Eiffel. Simbol-simbol yang menjadi ciri khas ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu berupa miniatur dan gambar. Simbol yang berupa miniatur dapat dikelompokkan sebagai makna presentasional dimana makna presentasional menampilkan dirinya sendiri bagi pengamat secara langsung dan menyeluruh, biasanya representasi tidak berupa verbal melainkan lebih berupa ikon, mendekati bentuk yang diamati. Sedangkan simbol dalam bentuk gambar termasuk dalam imaji, yaitu diamsumsikan sebagai sebuah imitasi atau kesamaan dari sesuatu. Menurut penulis, simbol yang menjadi ciri khas tiap negara sangat penting dalam mencapai keberhasilan penerapan tema.

3) Display angkutan

Display angkutan juga membantu persepsi pengunjung untuk mengenali suatu zona, tetapi tidak semua pengunjung mengerti tentang negara asal yang membuat display angkutan. Pengelola berkewajiban memberikan edukasi kepada pengunjung tentang asal muasal berbagai jenis angkutan yang ada, oleh karena itu pengelola menampilkan berbagai zona sesuai dengan negara yang membuat display angkutan dan periode tahun pembuatan. Mengedukasi pengunjung merupakan kewajiban sebuah museum, tingkat keberhasilan sebuah museum dapat diukur dari jumlah pengetahuan yang didapat oleh pengunjung setelah berkunjung. Penulis berpendapat, display angkutan sangat penting ditampilkan di museum ini karena tema utama museum ini adalah angkutan. Display angkutan ini memiliki keterkaitan dalam mengedukasi pengunjung, misalnya sebuah zona yang dikenali oleh pengunjung tetapi pengunjung tidak mengetahui negara asal jenis angkutan yang ada di zona tersebut, dengan adanya zona yang bertema pengunjung teredukasi bahwa angkutan tersebut buatan negara yang sesuai dengan tema begitu pula sebaliknya.

• Ruang

Persepsi terhadap variabel ruang dimaknai oleh keluasan dan kesesuaian ruang terhadap tema yang ditampilkan. Dalam merasakan ruang di tiap zona, pengunjung biasanya tidak akan merasakan secara langsung kesesuaian tema yang ada, karena mereka akan lebih mengenali suatu zona berdasarkan bentuk. Manusia akan lebih cepat menyadari dari apa yang mereka lihat daripada apa yang mereka rasakan karena dari bentuk, manusia dapat mengenali tanpa harus memegang ataupun dalam jarak yang dekat. Berkebalikan dengan ruang, untuk merasakan suatu ruang manusia harus berada dalam ruang tersebut dan dibutuhkan waktu untuk manusia beradaptasi dan mengenali suatu ruang tersebut.

Persepsi ruang yang dikenali secara umum oleh koresponden umum (PU) dan koresponden interior (PI) adalah:

1) Sirkulasi

Sirkulasi pada variabel ruang ini dikelompokkan berdasarkan luas atau tidaknya zona tersebut, karena keluasan suatu zona dapat membantu pengunjung merasakan suasana ruang yang ada dibandingkan dengan suasana yang aslinya. Setelah melakukan analisa, menurut koresponden umum maupun interior mereka merasakan zona yang paling luas adalah zona Gangster Town & Broadway Street, zona Istana Buckingham, dan zona Hollywood. Sirkulasi yang paling sesuai dengan tema dari ketiga zona yang terluas menurut pengunjung adalah zona Gangster Town & Broadway Street dimana zona tersebut menampilkan suasana jalanan di Chicago dengan lebar jalan dan trotoar yang luas. Menurut penulis sirkulasi sangat penting dalam menyampaikan suasana ruang terhadap tema karena dengan karakter ruang yang sama terhadap suasana aslinya, pengunjung akan semakin merasakan tema yang ada.

2) Kesesuaian tema

Secara garis besar kesimpulan dari koresponden umum dan interior adalah kepekaan dalam merasakan ruang terhadap tema di hampir seluruh zona di Museum Angkut ini memiliki kesamaan. Perbedaan terjadi hanya di zona Hollywood dimana koresponden umum merasa bahwa zona tersebut cukup mempresentasikan Hollywood karena luas dan adanya faktor pendukung namun sebaliknya koresponden interior merasa zona tersebut tidak mempresentasikan Hollywood karena meskipun luas tetapi terasa kosong karena kurangnya faktor pendukung yang menampilkan ciri khas dari Hollywood. Menurut penulis, kesesuaian ruang terhadap tema yang ada sangatlah penting untuk menambah atmosfer dan imajinasi pengunjung.

Secara keseluruhan, kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung baik pengunjung umum maupun pengunjung yang memiliki latar belakang akademis di bidang interior mengenali suatu zona berdasarkan dari bentuk-bentukan yang ada. Presentase bentuk jauh lebih besar daripada ruang karena manusia melihat benda secara visual yang kemudian disalurkan ke otak dan otak bekerja untuk mengenali benda yang ditangkap oleh mata. Otak akan berusaha mengingat untuk mengenali benda sesuai dengan anumsi-anumsi ada sebelumnya. Sedangkan untuk ruang, pengunjung kurang merasakan karena dengan melihat bentuk-bentukan yang ada pengunjung dapat langsung mengenali zona tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis S.A mengucapkan terima kasih kepada Tuhan YME, Bapak Martino dan Ibu Diana sebagai dosen pembimbing, rekan, keluarga, koresponden, serta teman-teman yang membantu dan memberikan dukungan juga inspirasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, P. D. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [2] Arnheim, R. (1969). *Art and Visual Perception*. University of California in Architectural Space.
- [3] Ching, F. D. (1996). *Ilustrasi Desain Interior*. Jakarta: Erlangga.
- [4] Ching, F. D. (2008). *Arsitektur, Bentuk, Ruang, dan Tatanan*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Gie, T. L. (1976). *Garis Besar estetik (filsafat Keindahan)*. Jogjakarta: Karya.
- [6] Halim, D. (2005). *Psikologi Arsitektur*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [7] ICOM. (2004). *Running a Museum : A Practical Handbook*. ICOM - International Council of Museums.
- [8] Ir.Joyce M. Laurens, M. (2001). *Studi Perilaku Lingkungan*. Surabaya: Percetakan Universitas Kristen Petra.
- [9] Nielson, K. J., & Taylor, D. A. (2011). *Interiors an Introduction*. New York: McGraw-Hill.
- [10] Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Suryabrata, S. (1983). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pustaka.
- [12] Wilson, F. (1982). *Structure: The Essence of Architecture*. Van Nostrand Reinhold.