

PREFERENSI JARAK PERSONAL PENGUNJUNG MALL NIPAH MAKASSAR

Saskia Pratiwi^{1*}, Nurhikmayanti², Mayyadah Syuaib³

Teknik Arsitektur Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar¹²³

e-mail: *¹saskiapratiwi1299@gmail.com,²nurhikmayanti61@gmail.com

³mayyadahsyuaib7@gmail.com

Abstrak Perilaku dasar manusia terjadi karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku dapat pula dikatakan sebagai kegiatan manusia yang timbul karena adanya rangsangan, baik yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung. Clovis Heimsath (1988) mengatakan bahwa perilaku adalah kesadaran akan struktur sosial masyarakat, sebuah gerakan kolektif yang dinamis pada masa Perilaku manusia dipahami sebagai pembentuk arsitektur tetapi juga dapat membentuk perilaku manusia. Seperti yang telah dinyatakan oleh Winston Churchill (1943) dalam Laurens (2004), "Kita membentuk bangunan kita; lalu mereka membentuk kita". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jarak personal yang terbentuk pada Nipah mall, bagaimana akses visual terhadap ruang luar bagi pengunjung serta mengetahui titik *fascination* yang paling diminati pengunjung Nipah mall. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami fenomena perilaku manusia, hasil penelitian menunjukkan penerapan jarak personal terbentuk berdasarkan kebutuhan masing-masing individu dan kelompok, jarak intim, jarak pribadi, jarak sosial dan jarak individu. Akses visual terhadap ruang luar hampir dapat dirasakan seluruh panca Indera pada area *rooftop* dan area *water fall* pada lantai satu yang sekaligus menjadi salah satu area inti *fascination* Nipah Mall.

Kata kunci: Manusia, Perilaku, Nipah Mall

Abstract Basic human behavior because of the impulse from within. A business because of a need. So that behavior occurs because of the drive to fulfill needs. It can be concluded that behavior is an activity or human activity that arises due to a stimulus, both of which can be observed directly or indirectly. behavior is an awareness of the social structure of people, a dynamic collective movement in the time of Clovis Heimsath (1988). Human behavior is understood as forming architecture but can also shape human behavior. As has been stated by Winston Churchill (1943) in Laurens (2004), "We shape our buildings; then they shape us." This study aims to identify the personal distance that is formed at Nipah mall, how visual access to space is for visitors and find out the fascination points that are most in demand by visitors to Nipah mall. By using a qualitative method with a case study approach to understand the phenomenon of human behavior, the results of the study show that the application of personal Space is formed based on the needs of each individual and group, intimate space, personal space, social space and individual space. Visual access to the outer space can almost be felt by all five senses in the rooftop area and the waterfall area on the first floor which is also one of the main attractions of Nipah Mall.

Keywords: Human, behavior, Nipah mall

¹Teknik Arsitektur Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

²Teknik Arsitektur Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

³Teknik Arsitektur Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

PENDAHULUAN

Perkembangan kota saat ini sangat pesat sehingga menyebabkan adanya peningkatan intensitas kegiatan yang membutuhkan ruang untuk mewadahnya khususnya ruang publik. Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur yang sangat penting dalam hubungan antara lingkungan dan perilaku karena memiliki fungsi sebagai wadah kegiatan bagi manusia. Definisi manusia itu sendiri dapat dipahami secara bahasa bahwa manusia berasal dari kata “*manu*” (Sansekerta), “*mens*” (Latin), yang berarti berpikir, berakal budi atau makhluk yang berakal budi (mampu menguasai makhluk lain). Secara istilah manusia dapat diartikan sebuah konsep atau sebuah fakta, sebuah gagasan atau realitas, sebuah kelompok (*genus*) atau seorang individu, sedangkan perilaku adalah kegiatan atau aktivitas manusia yang timbul karena adanya rangsangan. Dasar manusia berperilaku yaitu karena adanya dorongan dari dalam. Perilaku manusia yang dipahami sebagai pembentuk arsitektur tapi juga arsitektur dapat membentuk perilaku manusia (Winston Churchill,1943) Manusia mendirikan bangunan demi pemenuhan kebutuhannya sendiri, kemudian bangunan itu membentuk perilaku manusia yang hidup dalam bangunan tersebut. Menurut Rapoport (1977) dalam memahami kajian arsitektur lingkungan dan perilaku manusia adalah bagaimana manusia dengan karakteristik individu dan masyarakat berperan membentuk suatu lingkungan yang terbangun secara spesifik. Bangunan yang didesain oleh manusia yang pada awalnya dibangun untuk pemenuhan kebutuhan manusia tersebut mempengaruhi cara manusia itu dalam menjalani kehidupan sosial dan nilai-nilai yang ada dalam hidup. Hal ini menyangkut kestabilan antara arsitektur dan sosial dimana keduanya hidup berdampingan dalam keselarasan lingkungan. Menurut Snyder dan Catanese (1979), studi tentang hubungan lingkungan dan perilaku manusia serta aplikasinya pada proses desain disebut studi perilaku lingkungan atau lebih dikenal dengan istilah *Environment Behaviour Studies* (disingkat EBS) Perilaku manusia itu sendiri dipahami sebagai sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, estetika, kekuasaan, persuasi dan/atau genetika.

Mall Adalah pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa *departement store* besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987). Nipah Mall merupakan mall yang ikonik di kota Makassar yang menerapkan konsep *green building*. Bagian yang menarik dari mall ini adalah bangunan yang dibuat dengan banyak bukaan sehingga menghasilkan konsep yang alami dan hemat energi. Sertifikat *Green Building* dengan predikat gold didapatkan Nipah dengan pemanfaatan sumber daya peralatan yang dikelola dengan sebaik-baiknya dan penggunaan energi seefisien mungkin. Konsep yang berbeda dengan mall pada umumnya berefek pada tingginya minat pengunjung. Jumlah pengunjung yang semakin meningkat setiap tahunnya mencapai peningkatan 120% pada september 2022 dibandingkan pada september 2021 berdasarkan data dari BPS tahun 2022, menjadi daya Tarik bagi penulis untuk mengkaji perilaku arsitektur pada bangunan Mall Nipah kota Makassar.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami fenomena perilaku manusia, sebuah metode penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang kemudian dianalisis dan disimpulkan. Dalam kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan cara seperti mengumpulkan data dan referensi yang relevan dengan judul dan melakukan observasi dilapangan untuk merasakan sendiri suasana objek yang akan dibahas. melalui pemetaan teritori untuk melihat kualitas ruang secara spasial serta bagaimana interaksi dan hubungan yang terjadi (Hantono, 2019). Penelitian ini mengkaji tentang perilaku pengunjung Nipah Mall terkait dengan persoalan arsitektur, yaitu jarak personal, akses visual (*eksposure*) dan *fascination*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mall Nipah



Gambar 1. Mall Nipah
Sumber: Urbane.co.id, 2015

Nipah Mall merupakan mall terbesar yang berada di Makassar, Mall ini didirikan diresmikan pada 3 November 2018, berada di Jalan Urip umoharjo no. 23C Kelurahan Panaikang, Kecamatan Panakkukang Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Nipah Mall merupakan *family* mall yang berkonsep alam terbuka yang menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat seperti tempat belanja dan tempat bermain. Mall ini didesain dengan banyak bukaan sehingga pengunjung masih memiliki view ke ruang luar dari dalam bangunan serta kondisi alam pada saat hujan dapat dirasakan sampai kedalam bangunan.

B. Jarak Personal (Proxemics)

Proxemics adalah teori komunikasi non-verbal yang menjelaskan bagaimana orang memandang dan menggunakan ruang untuk mencapai tujuan komunikasi. antropolog Edward T. Hall (1960) mengenalkan istilah proksemik, yaitu studi yang mempelajari mengenai penggunaan jarak dalam menyampaikan pesan (Rakhmat,2003). Mendefinisikan empat zona jarak yang di kelola oleh orang Amerika yang sehat, dewasa, dan kelas menengah. Jarak intim – 6 hingga 18 inci (15-45cm) merupakan tingkat jarak fisik ini sering menunjukkan hubungan yang lebih dekat atau kenyamanan yang lebih besar antar individu. Ini sering terjadi selama kontak intim seperti berpelukan, berbisik atau menyentuh.

Objek sebagai fokus utama pada penelitian ini adalah pengamatan jarak personal pada lantai 1 mall yang merupakan area yang paling banyak dilalui pengunjung.



Gambar 2 . Jarak Intim

Sumber: Survei 2022

Semakin akrab satu individu dengan individu lainnya dapat dilihat dari jarak mereka, pengunjung memasuki Gedung mall secara teratur sesuai dengan kelompok masing-masing berdasarkan kedekatan secara personal hal ini ditunjukkan pada gambar 2. Jarak intim terbentuk diidentifikasi dari kode kinestetik (*kinesthetic factor*) yaitu perilaku menyentuh, menyentuh tubuh sebagai bukti tingkat keakraban.

Jarak pribadi – 1,5 hingga 4 kaki (45-120cm), menurut Newmark dan Thompson (1977), teritori adalah *area fixed in space* yang dapat dikontrol baik secara individu atau kelompok, mereka dapat saling mengidentifikasi walaupun tidak hadir secara fisik. Jarak fisik pada tingkat ini biasanya terjadi antara orang-orang yang merupakan anggota keluarga atau teman dekat. Semakin dekat orang dapat berdiri dengan nyaman saat berinteraksi dapat menjadi indikator keintiman hubungan.



Gambar 3. Jarak Pribadi

Sumber: Survei, 2022

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa jarak sangat menentukan kedekatan seseorang pada saat berbicara atau berinteraksi pada posisi tersebut masing-masing individu merasa nyaman dengan jarak tersebut. Gambar 3 menunjukkan yaitu jarak antara keluarga yang memiliki jarak pribadi, terlihat bahwa beberapa orang yang duduk secara berdekatan membentuk jarak pribadi masing-masing kelompok pengunjung. Hal tersebut menunjukkan walaupun jumlah pengunjung cukup banyak jarak personal antara pengunjung yang satu dan lainnya tetap terbentuk.

Jarak sosial – 4 hingga 12 kaki (1,20m-3,50m) dengan tingkat jarak fisik ini sering di gunakan dengan individu yang merupakan kenalan. Dengan seseorang yang Anda kenal cukup baik, seperti rekan kerja yang Anda temui beberapa kali seminggu. Anda mungkin merasa lebih nyaman berinteraksi dalam jarak yang lebih dekat. Dalam kasus di mana Anda

tidak mengenal orang lain dengan baik, seperti sopir pengiriman pos yang hanya Anda temui sebulan sekali. jarak 10 hingga 12 kaki mungkin terasa lebih nyaman.



Gambar 4. Jarak Sosial
Sumber : dokumentasi Pribadi 2022

Pada gambar diatas menunjukkan terjadi jarak sosial walaupun sedang berada di eskalator yang sama mereka tetap menjaga jarak hal ini dikarenakan mereka akan merasa nyaman pada posisi jarak sosial yang dimensinya masih relatif tergantung kebiasaan dan pemahaman jarak dan ruang yang heterogen. Jarak publik - 12 hingga 25 kaki (3,50-7,50m) menurut Lyman dan Marvin Scott dalam (Mulyani 2002: 358) menjelaskan Wilayah publik adalah tempat yang secara bebas dimasuki dan ditinggalkan orang, dengan sedikit pengecualian (hanya boleh dimasuki oleh kalangan tertentu atau dengan syarat tertentu). Jarak fisik pada tingkat jarak publik ini sering di gunakan dalam situasi tertentu.



Gambar 5. Jarak Publik
Sumber: dokumentasi pribadi, 2022

Pada gambar diatas terlihat walaupun sedang berada ditempat yang sama mereka akan menjaga jarak satu sama lain karena mereka tidak saling mengenal dan tidak akan merasa nyaman apabila mereka saling berdekatan karena tidak saling mengenal satu sama lain. Hal diatas menunjukkan pada bangunan Nipah Mall terbentuk jarak personal sesuai dengan tingkatan masing-masing, terbentuk dengan sendirinya meskipun tanpa dibatasi oleh sekat atau pembatas ruang.

C. Akses Visual (Eksposure)

Akses visual adalah tingkat kemudahan suatu objek untuk diamati oleh penggunanya. Akses visual yang dihasilkan sebuah ruang seharusnya dapat memberi efek yang menyeluruh pada indera penglihatan, pendengaran, penciuman, suhu udara, serta keseimbangan, posisi,

dan pergerakan. Akses visual yang dibahas pada bagian ini adalah bagaimana view yang dapat dinikmati pengunjung terhadap ruang luar dari dalam bangunan, dan pada *tenant* tertentu mengidentifikasi exposure terhadap pengunjung ke dalam area yang diharapkan memiliki privasi yang lebih tinggi.



Gambar 7. Rooftop
Sumber: Survei, 2022

Objek penelitian berfokus pada area sirkulasi menuju rooftop dan area rooftop sebagai area paling menarik bagi pengunjung untuk bersantai dan berfoto. Penggunaan dinding kaca saat naik ke rooftop merupakan akses yang diberikan pada pengunjung agar pada saat naik ke *rooftop* pengunjung langsung dapat melihat pemandangan yang ada di atas tanpa terhalang dinding sehingga apa yang ada di atas langsung dapat terlihat jelas. Meskipun tidak secara menyeluruh hanya sebatas visual tapi cukup mampu seolah menghadirkan ruang luar ke dalam bangunan.

Rapoport A (1986) menambahkan bahwa karakter perilaku manusia sangat menentukan dalam proses dan program desain, hal ini erat kaitannya dengan menentukan exposure suatu bangunan. Willis dan Torodov (2006) serta Rule dan Ambady (2008) mempertegas bahwa penampilan fisik yang atraktif dapat menginformasikan identitas personal. Teori di atas menjadi acuan dalam mendesain suatu ruang apalagi ruang publik seringkali kita tidak mendapatkn ruang privasi atau dapat dikatakan apapun yang kita lakukan dapat terexpose atau terlihat dan terdengar oleh orang-orang yang berada disekitar kita pada saat itu. Privasi menjadi suatu hal yang penting, dan bersifat sensitif. Privasi dikatakan penting karena dengan privasi, individu atau suatu kelompok dapat menghargai dan menghormati dalam kehidupan sosial. Privasi menjadi acuan dalam mengatur sesuatu agar mempertimbangkan segala keputusan dengan bijak, menjaga reputasi atau sudut pandang orang lain dalam menilai individu atau suatu kelompok, menjaga batasan tersendiri satu faktor pembentuk kepercayaan individu atau suatu kelompok, dan sebagai instropeksi diri dari ruang pribadi yang dimiliki.



Gambar 8. Coffee Shop Excelso Mall Nipah
Sumber: Survei, 2022

Seperti yang terlihat pada salah satu *coffee shop* yang berada di mall nipah tempat ini tetap menyediakan pembatas antara meja satu dan yang lainnya sehingga pengunjung yang datang tetap memiliki sedikit privasi pada saat berada pada *coffee shop* tersebut. Terdapat banyak partisi-partisi pada *coffee shop* tersebut yang berguna untuk tetap menjaga privasi pengunjung. Ekspose visual dari dalam keluar bangunan masih terlihat jelas dengan cukup menjaga privasi pengunjung didalam *coffee shop*.

D. Fascination

Fascination merupakan salah satu dari teori lingkungan restorative berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti pesona yang dapat di defenisikan dengan keadaan sangat tertarik, perasaan sangat menyukai sesuatu yang indah dan tidak biasa. Dalam hal ini mengukur secara deskriptif apa saja yang menjadi pesona Nipah mall bagi pengunjung. Fascination pada mall nipah antara lain *waterfall* yang berada didalam mall, penerapan *green building*, dan material ekspos. *Green Building* merupakan suatu konsep bangunan yang ramah lingkungan yang merupakan solusi dari dunia konstruksi bangunan untuk mengurangi dampak negative bangunan bagi lingkungan (Massie. 2018).



Gambar 9. Water Fall Mall Nipah dan Roof Top
Sumber: Survei, 2022

Adanya *water fall* menjadi pesona tersendiri untuk mall nipah dan menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap pengunjung hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang mengabadikan momen dengan berfoto di depan *waterfall* tersebut. Tidak hanya *waterfall* pada *rooftop* juga

memiliki pesonanya tersendiri, pada rooftop terdapat green area yang dapat dinikmati oleh pengunjung yang tidak bisa didapatkan pada mall-mall biasanya. Material-material yang digunakan yang dibuat terekspose merupakan daya tarik tersendiri. Konsep ini dinilai memiliki efek restorative terhadap perasaan menyenangkan bagi pengunjung.



Gambar 10. Struktur Atap Mall Nipah
Sumber: Survei, 2022

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa desain mall nipah makassar mensupport perilaku pengunjung, seperti jalur sirkulasi yang luas sehingga jarak personal mudah terbentuk, tersedia akses visual yang baik terhadap ruang luar, pada area publik tertentu privasi tetap terjaga bagi pengunjung yang membutuhkan, dan mall nipah terdesain dengan memiliki daya Tarik di setiap view, vegetasi yang baik, konsep green building yang terkonsep dengan baik serta material interior yang menarik.

REFERENSI

- Hantono, Dedi. (2019) Kajian Perilaku Pada Ruang Terbuka Publik. *NALARs Jurnal Arsitektur*. 45-56
- Heimsath, Clovis (1988). *Arsitektur dari segi Perilaku*. Bandung: Intermatra.
- Hindarto, P. (2009). *Diskusi tentang ruang dalam ruang angan arsitektur*. Diakses melalui <http://probohindarto.wordpress.com/2009/08/27/diskusi-tentangruang-dalam-ruang-angan-arsitek/>.
- Laurens, J. M. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo
- Maitland, Barry. 1987. *Shopping Malls: Planning and Design*. New York: Nichols Publishing Co.
- Massie Y. frensy. 2018. Penerapan Konsep Green Building Pada Industri Jasa Konstruksi di Manado *Jurnal Sipil Statik* Vol.6 No.8 Agustus 2018 (553-558) ISSN: 2337-6732
- Newmark, Norma L & J Thompson (1977), *Self, Space & Shelter, An Introduction to Housing*, Harper and Row Publisher Inc, New York
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi komunikasi.edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rapoport, (1977). *Human Aspect Of Urban Form*. Oxford: Pergamon Press
- Rapoport, A (1986), *The Use and Design of Open Space in Urban Neighborhoods*, diD Frick eds *The Quality of Urban Life*, Berlin
- Snyder, J.C danCatanese, A.J. (1979), *Introduction to Architecture*, McGraw-Hill, New York, Hal. 46-71
- Wills, J., & Torodov, A. (2006), "First Impressions: Making up Your Mind After a 100-ms Exposure to a ace", *Psychological Science*, Vol. 17, Hal. 592-598.