

DISKURSUS ARSITEKTUR FASAD MEDIA

DISCOURSE OF MEDIA FAÇADE ARCHITECTURE

Raden Mohamad Wisnu Ibadi
Tanri Abeng University
mohamad.wisnu@tau.ac.id

ABSTRAK

Fenomena Arsitektur Fasad Media di kota Jakarta berawal dari Peraturan Gubernur DKI nomor 244 tahun 2015 yang dikeluarkan oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dengan melarang media iklan luar ruang di kawasan kendali ketat berupa *billboards* yang selama ini berada di jalan, menjadi dipindahkan menjadi menempel ke bangunan arsitektur. Referensi yang membahas iklan media ruang luar di di bidang ilmu arsitektur dan arsitektur kota masih sangat minim, begitupun referensi yang terkait arsitektur fasad media. Tujuan Penelitian adalah untuk memahami fenomena arsitektur fasad media dan menambah referensi hal tersebut di bidang arsitektur dan arsitektur kota. Metode penelitian yang digunakan adalah melakukan studi literatur berdasarkan artikel-artikel ilmiah yang membahas fenomena jenis arsitektur ini sebagai bentuk diskursus dan tinjauan eksploratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena ini berawal dari bidang komunikasi visual, yang menamakan reklame LED yang berada di tengah ruang kota seperti koridor jalan, plaza, dan bangunan sebagai *Urban Screen*. Media yang menggunakan *Large Electronic Display* (LED) menempel di bangunan kemudian dinamakan sebagai *Media Façade* (Fasad Media) oleh para praktisi periklanan dan arsitektur. Dari penamaan ini kemudian berkembang menjadi istilah *Mediatecture* atau *Media Architecture*, yaitu untuk arsitektur yang memiliki elemen media di fasad bangunannya. Kesimpulan penelitian adalah arsitektur fasad media adalah gaya arsitektur baru yang menekankan pada teknologi media sebagai elemen fasadnya. Untuk mempelajari mengetahui pengaruh arsitektur fasad media terhadap bidang arsitektur dan arsitektur kota di Indonesia dibutuhkan penelitian yang lebih lanjut.

Kata kunci: Diskursus, Arsitektur Fasad Media, Fasad Media, Fasad Bangunan

ABSTRACT

The phenomenon of Media Façade Architecture in the city of Jakarta began with Peraturan Gubernur DKI (DKI Governor Regulation) number 244 in 2015 issued by Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) by prohibiting outdoor advertising media in the strict control area in the form of billboards that had been on the street, to be moved to attach to architectural buildings. References in the field of architecture and urban architecture that discuss outdoor space media advertisements in the field of architecture are still very minimal, as well as references related to media façade architecture. In order to understand the phenomenon of media façade architecture and add references related to it for architecture and urban architecture. The research method used is to conduct a literature study based on scientific articles that discuss this type of architectural phenomenon which is used as a form of discourse and exploratory review. The results of the research show that this phenomenon starts from the field of visual communication design, namely LED billboards in the middle of urban spaces such as road corridors, plazas, and buildings called Urban Screen. Media that uses Large Electronic Display (LED) attached to buildings is then named as Media Façade (Façade Media) by advertising and architecture practitioners. Then the term developed into Mediatecture or Media Architecture by architecture practitioners, which is for architecture that has media elements on the façade of its building. The conclusion of the study is that media façade architecture is a new architectural style that emphasizes media technology as its façade element. To learn about the influence of media façade architecture on the field of architecture and urban architecture in Indonesia, further research is needed.

Keywords: Discourse, Media Façade Architecture, Media Façade, Building Façade

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada tahun 2015, Gubernur DKI Basuki Tjahaja Purnama mengeluarkan Peraturan Gubernur (Pergub) Nomor 244 yang berisi tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. *Out-of-home advertising* atau *outdoor advertising* atau media iklan luar ruang berdasarkan pergub tersebut dinamakan sebagai Reklame. Salah satu hal khusus dalam peraturan tersebut adalah melarang keberadaan reklame di kawasan kendali ketat dalam berbagai bentuk dan ukuran seperti *billboards* dan lainnya yang saat itu marak berada di tengah ruang kota (sarana dan prasarana), diwajibkan untuk berubah menjadi menempel ke bangunan dalam bentuk *Large Electronic Display* (LED). Meskipun kebijakan tersebut mendapat pertentangan dari pelaku usaha yang tergabung di Asosiasi Media Luar Indonesia (AMLI), dengan perubahan-perubahan pergub oleh gubernur-gubernur DKI selanjutnya, saat ini semakin banyak reklame berbentuk LED yang menempel di bangunan dalam berbagai wujud.

Kalangan bidang ilmu desain komunikasi visual menamakan reklame berbentuk LED yang berada di tengah ruang publik kota seperti jalan, taman, bangunan dan lainnya sebagai *Urban Screen*. Para pelaku periklanan di luar negeri menamakan reklame yang menempel di bangunan sebagai *Media Façade*. Berasal dari penamaan ini beberapa akademisi bidang ilmu arsitektur kemudian menamakannya sebagai *Media Architecture* atau *Mediatecture*. Berangkat dari hal-hal tersebut, maka dalam artikel ini akan disebut dengan istilah Arsitektur Fasad Media, yaitu arsitektur yang mempergunakan *media façade* sebagai salah satu elemen dalam desain perancangan fasad bangunannya. Ada enam jenis media façade yang saat ini hadir di berbagai bangunan-bangunan arsitektur, yaitu *front-projection façade (video mapping)*, *back-projection façade*, *display façade*, *illuminant* atau *light transmitting façade*, *windows animation*, dan *mechanical façade* (atau lebih dikenal dengan nama *kinetic architecture*).

1.2. Isu Permasalahan

- Dari bidang arsitektur, dengan berubahnya reklame dari tengah ruang kota (sarana dan prasarana kota) menjadi menempel di bangunan arsitektur, bagaimana peran *media façade* sebagai elemen desain perancangan fasad di bangunan arsitektur?’
- Bagaimana peran dan pengaruh arsitektur fasad media di bidang arsitektur kota?

1.3. Tujuan

Menganalisis fenomena arsitektur fasad media dengan melalui peninjauan eksploratif atas artikel-artikel ilmiah yang terkait topik tersebut. Sehingga hasil diskursus dari peninjauan tersebut diharapkan dapat menambah referensi yang membahas relasi antara reklame dengan ruang kota dan *media façade* dengan bangunan arsitektur serta memahami fenomena arsitektur fasad media..

1.4. Ruang Lingkup

Artikel ini akan menekankan pada arsitektur fasad media, yaitu membahas relasi *media façade* yang berada di fasad bangunan arsitektur dan pengaruhnya terhadap kota. Sehingga tidak membahas reklame yang tidak menempel di bangunan atau berada di tengah ruang publik kota.

2. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif, berupa penelitian studi literatur (*literature review*) dengan memilih model *narrative review*, yaitu membandingkan data dari beberapa artikel ilmiah dari jurnal nasional dan internasional. Beberapa artikel ilmiah itu kemudian dianalisis dan dirangkum berdasarkan metode deskriptif analitis.

3. PEMBAHASAN

Diskursus atau wacana berasal dari bahasa latin *discursus* yang artinya “lari bolak balik” adalah jenis komunikasi yang dapat berlangsung baik secara lisan maupun tulisan. Konsep diskursus memiliki sejumlah definisi dan interpretasi atas dasar konteks. Diskursus [1] secara sederhana dapat didefinisikan sebagai diskusi tentang materi apapun baik dalam pidato atau tulisan. Maka pembahasan dalam artikel ini akan dimulai dari menganalisis artikel-artikel yang membahas *Urban Screen* dan kemudian dilanjutkan ke topik terkait *Media Façade*..

3.1. *Urban Screen* [2]

Urban screen adalah media dengan teknologi LED (*Light Emitting Diode*) yang menayangkan imaji bergerak, berada di ruang terbuka publik (koridor jalan, plaza, bangunan) dengan tujuan untuk menarik perhatian. *cinematic* dan sekaligus bisa untuk memberikan penerangan di malam hari. Interaksi *urban screen* dengan publik secara langsung maupun tidak langsung memunculkan makna keberadaan tempat pada kondisi masyarakat saat ini.

Kehadiran *urban screen* sejak tahun 1990-an menandai kemunculan ruang-ruang baru publik yang berpotensi memperkaya, menggeser, merubah, atau menggantikan konsep tentang tempat dalam ruang publik melalui relasi antar manusia dengan obyek-obyek disekitarnya. Sebagai media baru dengan aspek digital, *urban screen* memiliki potensi untuk berinteraksi dengan lingkungan baik secara fisik (bangunan arsitektural) maupun secara non fisik seperti media informasi,.

Urban screen adalah ruang publik. Hal ini dapat dijelaskan karena keduanya memiliki kesamaan peran sebagai media interaksi publik. Interaksi pada ruang publik nampak jelas melalui aktivitas publik yang melibatkan lingkungan fisik di sekitarnya. Relasi- relasi seseorang dengan orang lain ataupun dengan objek di sekelilingnya memperlihatkan intensitas keberadaan seseorang dengan tempat.

Urban screen di suatu lokasi tertentu merupakan dialog antara ruang kota dan partisipan, yang menghasilkan konteks tersendiri dimana teknologi itu digunakan dan pada siapa keterikatan itu terjadi. Keberadaan *urban screen* adalah cerminan kondisi lingkungan sekitarnya dan penghuninya. Sebagai contoh adalah bagaimana keterikatan reklame-reklame di Times Square dengan kota New York dan masyarakatnya, begitupun keterkaitan Akibahara dengan masyarakat di kota Tokyo Jepang (gambar 1).



Gambar 1. Kondisi Ikonik Urban Screen di Times Square New York dan Akihabara Jepang
(Sumber : <https://traveldigg.com/times-square> dan <https://www.japan-roads.fr/voyage/tokyo/akihabara/>)

Keberadaan urban screen tidak hanya merefleksikan pola-pola sosial akan tetapi berperan penting menciptakan pola pergerakan dan kehadiran hubungan baru antara manusia seperti hiburan, informasi, bisnis, seni visual, rekreasi dan regenerasi tempat (gambar 2). *Body Movies* [3] adalah suatu karya seni di Linz-Austria, yang mencoba memperkuat lingkungan urban melalui interaksi sosial melalui proyeksi bergerak pada bangunan (gambar 3).



Gambar 2. Federation Square, Melbourne
(Sumber : <https://www.urbanscreens.tv>)

Fasad LED [4] adalah *urban screen* dalam bentuk *electronic screen* yang menjadi tren terbaru. Penggunaan LED screens di fasad bangunan adalah alat periklanan dalam berkomunikasi dengan publik yang digunakan oleh manajemen bangunan untuk menarik perhatian publik. *Urban LED screens* tidak hanya berpengaruh pada visual lanskap ruang kota, tetapi juga mempengaruhi pengalaman seseorang di ruang publik. *Urban screen* juga dapat berguna sebagai media iklan yang kuat bila dilihat dari jauh



Gambar 3. *Body movies, Relational Architecture*. Linz Austria (*Arts Electronica Festival of new media-art*)
(Sumber : <http://canadianart.ca/microsites/cover-stories/2002-winter.pdf>)

3.2. *Media Façade* [5]

Berlatar belakang penggunaan *media façade* di dunia paling banyak adalah untuk iklan media luar atau reklame, selain untuk solusi pencahayaan kota, peningkatan arsitektural bagi lingkungan dan tayangan TV atau program video. *Media façade* [6] dengan citra penerangan dan teks di dalamnya menerima seluruh perhatian pengamat, membuat bangunan arsitektur (dan elemen fasad lainnya) termasuk kota kemudian menjadi latar belakang. Ada kecenderungan arsitektur mulai lebih menggunakan *media façade* sebagai fitur gaya. *Media façade* yang tadinya menempel, sekarang sudah menjadi bagian dari proses desain perancangan yang disebut dengan istilah *Mediatecture*. Contoh menyatunya *media façade* dengan arsitektur adalah Las Vegas Strip disebut *City of Lights* yang *media façade*-nya hadir luar biasa di saat malam hari, kontras dengan kondisi di siang hari (gambar 4).



Gambar 4. Las Vegas Strip yang penuh dengan terang *media façade* di malam hari
(Sumber : <http://www.gamblerspost.com/sin-city-nights-feel-vegas-spirit>)

3.3. *Colour Composition Design of Media Façade with Colour Psychology* [7]

Bangunan statis yang selama ini membentuk lingkungan ruang luar kota, dirasakan sudah tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan estetika warga kota di era digital saat ini. *Media façade* yang mampu merubah penampilan bangunan dalam waktu singkat dengan biaya paling rendah bila dibandingkan dengan peremajaan fasad bangunan (*face-lift façade*), memberikan nilai-nilai estetika baru. Hal ini yang membuat fenomena *media façade* saat ini berkembang pesat di perkotaan. Kondisi ini ditunjang oleh perkembangan teknologi elektronik, pencahayaan dan fasad, membuat arsitektur modern mulai terkonversi menjadi bagian dari media dan fasad bangunan menjadi satu kesatuan untuk diseminasi (penyebaran) informasi, terutama yang didorong oleh tujuan komersialisasi untuk periklanan media luar ruang (*outdoor advertising*). Contoh bagaimana iklan di *media façade* menguasai arsitektur dan ruang kota adalah Times Square (gambar 1).

Ada suatu pengaruh psikologi warna dalam produksi *media façade* untuk memperkuat narasi yang diinginkan. Dengan perkembangan teknologi LED, pemilihan LED *media façade* tergantung sepenuhnya maksud (makna atau tujuan) yang ingin disampaikan melalui desain. Dengan menganalisa perasaan berbeda yang dibawa ke pengamat melalui perubahan saturasi warna, maka psikologi warna bisa diterapkan pada komposisi warna. Meski komposisi gambar di *media façade* relatif sederhana, tapi bisa memberikan kemampuan narasi yang kuat melalui bahasa warna yang sesuai.

Media façade adalah suatu sistem komprehensif yang mencakup arsitektur, seni, pencahayaan dan isi media. Dalam keseluruhan sistem, informasi media sepenuhnya tergantung teknologi pencahayaan dan *optical imaging*. Suatu media dengan narasi akan mampu mengekspresikan maksud perancangannya lebih baik dan memiliki nilai artistic yang lebih tinggi. Hal ini yang membuat *media façade* berbeda dari sekedar iklan elektronik umum lainnya. Setiap jenis warna memiliki kemampuan menyampaikan narasi berbeda.



Gambar 5. Permainan Komposisi Warna *Media Façade* pada Bangunan Arsitektur
(Sumber : Linwei Fu, Jiani Zhou, Tae Soo Yun, 2021)

3.4. *Designing Interaction With Media Facades* [8]

Media façades adalah istilah yang mendeskripsikan ide untuk mendesain atau memodifikasi suatu bangunan arsitektur dan mentransformasi permukaan fasadnya menjadi layar raksasa untuk publik. Sehingga dalam mendesain *media façade* dalam perancangan bangunan arsitektur harus memperhatikan bagaimana pengaruh dan interaksi yang akan hadir kepada lingkungan dan warga sekitarnya. Unsur lain yang penting harus diperhatikan adalah pemilihan jenis *media façade* yang tepat sesuai dengan tujuan dan narasi yang hendak disampaikan kepada publik selaku pengamat. Menurut Haeusler [9] yang dikutip oleh Alexander Wiethoff (2012) ada enam jenis *media façade* (Tabel 1).

Tabel 1. Jenis *Media Facades*

Media Facade	Definisi	Gambar
<i>Front projection facades</i>	Satu atau lebih video proyektor menyorot langsung ke permukaan fasad (tampak depan) bangunan dari arah depan. Lebih dikenal dengan istilah <i>video mapping</i> ..	 <p>(Sumber : Duncan Proctor, Intallation. 2018)</p>
<i>Back projection facades</i>	Satu atau lebih video proyektor menyorot langsung ke permukaan fasad (tampak depan) bangunan dari arah belakang melalui area transparan yang terintegrasi dengan bangunan.	 <p>(Sumber : https://educacionfunfgnews.blogspot.com/2021/07/munich-h-stadium-allianz-arena-football.html)</p>
<i>Display facades</i>	Menggunakan <i>Very Large Screen Video Displays</i> (media LED) di permukaan bangunan baik ditempel ke fasad atau menyatu dengan desain fasad. Tipe ini sering dipilih untuk keperluan menayangkan iklan komersial.	 <p>(Sumber : https://streetcommunication.com/outdoor-building-facade-led-screen-displays/)</p>
<i>Window animations</i>	Jendela-jendela di bangunan yang sudah ada diiluminasi (diberi pencahayaan) menggunakan LED, yang terlihat sebagai <i>pixels</i>	 <p>(Sumber ; https://www.archdaily.com/344971/light-matters-what-media-facades-are-saying)</p>
<i>Illuminant or light-emitting facades</i>	Mengintegrasikan permukaan bangunan menggunakan elemen-elemen bahan material yang mampu ditembus cahaya	 <p>(Sumber : Alexander Wiethoff, 2012)</p>
<i>Mechanical facades</i>	Menggunakan elemen-elemen yang mampu bergerak secara mekanis untuk merubah penampilan fasad. Lebih dikenal dengan istilah <i>Kinetic Architecture</i> .	 <p>(Sumber : https://amusementlogic.com/company-news/a-kinetic-facade-that-transforms-into-a-porch/)</p>

Sumber : Rangkuman dari berbagai artikel ilmiah

3.5. (New) Media Facades : Architecture and/as a Medium in Urban Context[10]

Sepanjang sejarah arsitektur, fasad suatu bangunan merepresentasikan sebuah pembatasan jelas antara ruang luar dan ruang dalam. Material bahan dinding harus masif karena kebutuhan structural. Permukaan bangunan, dengan distribusi jendela-jendela dan material tertentu atau ornamen-ornamen, berkaitan erat dengan kehidupan ruang dalamnya. Konsep modern merevolusi kaitan antara ruang terbuka dan tertutup, dengan teknologi baja bertulang dan *glass curtain walls* berikut struktur baja pendukungnya. Selain merepresentasikan pembatas yang membagi ruang interior dan eksterior, salah satu fungsi utama fasad adalah untuk komunikasi. Komunikasi ini bersifat dua arah, bagaimana arsitektur terbuka ke kota tapi juga menerima pengaruh konteks urban sebagai balasannya. Maka bisa dikatakan bahwa fasad bangunan adalah sebagai sebuah *medium* (perantara), dengan fungsi penting untuk mentransfer informasi. Sebagai suatu model komunikasi, kapasitas utama arsitektur adalah menyampaikan informasi dengan makna-makna sebagai kapasitas kedua dan ketiga.

Pada era informasi digital saat ini, fasad yang dahulu harus di bentuk di bahan batu, beton, kayu atau kaca sudah bisa dikomunikasikan menggunakan *digital media*. Penggunaan *digital media* di arsitektur semakin meningkat, baik untuk sarana atau konsumsi dalam konteks perkotaan, memenuhi syarat media baru praktek berarsitektur. Paradigma *information surface* dalam arsitektur diperkenalkan oleh Robert Venturi [11]. Belajar dari kebudayaan vernakular dan komersial, Venturi melihat bahwa layar elektronik tidak hanya merupakan tambahan opsional bentuk fisik kedua, tapi sekaligus sebagai bangunan arsitektur di era informasi saat ini. Arsitektur sebagai representasi *iconographic* yang memancarkan citra elektronik dari permukaannya siang dan malam. Venturi tidak hanya melihat arsitektur sebagai bentuk komunikasi, tapi juga mengingatkan bahwa dalam sejarah arsitektur selalu ada narasi visual, ornamen dan ikonografis.

Dimulai dari *billboards* dan *neon signs* di Las Vegas hingga *urban screens* di kota-kota kontemporer, Venturi melihat *information surface* sebagai suatu dua dimensional entitas yang hadir berdampingan dengan bentuk fisik tradisional arsitektur. Dari pada *information surface* akan lebih sesuai memakai istilah *information layer*, karena bisa berkomunikasi dengan terjemahan sebagai *spatial context*. Dengan *media surface*, arsitektur punya potensi menjadi *media infrastructure*, menyatukan ruang fisik dan informasi.



Gambar 5. Menara Eiffel sebagai penanda kota Paris dan foto pasangan *urban context* dari *city of love* (Sumber : Milica Stojic, 2017)

Bangunan arsitektur sebagai tanda (*sign*), merepresentasikan lokasi tempatnya sebagai petanda (*signage*) sehingga bangunan tersebut kemudian bisa berkomunikasi, berfungsi dan bermakna sebagai *icon*, *index* atau *symbol*. *Urban context* lokasi keberadaan dan bangunan arsitektur tersebut adalah satu kesatuan. Sebagai contoh di gambar 5, Paris yang dikenal sebagai *City of Love*, direpresentasikan dengan gambar pasangan dan menara Eiffel. Mengambil foto dengan mengambil latar belakang arsitektur menunjukkan bagaimana kuatnya kebudayaan dan identitas suatu tempat.

Kemajuan teknologi memberikan banyak kemungkinan untuk berkomunikasi di ruang perkotaan. Pada era digital saat ini, bangunan arsitektur lagi tentang tempat tinggal (*habitation*) tapi informasi. Fasad bangunan tidak lagi statis, tapi menjadi dinamis atau bergerak dan berubah sesuai informasi serta *content* yang ingin disampaikan dan diekspresikan melalui *media façade*. *Urban digital media* merepresentasikan persimpangan antara arsitektur, informasi dan kultur yang hadir berdampingan dalam arena teknologi dan konstruksi. Istilah *Mediatecture* digunakan untuk mendeskripsikan bisang media baru dimana arsitektur beroperasi dalam suatu *urban context*.

3.6. Parameters For Designing Media Facades [12]

Sepanjang sejarah arsitektur, banyak definisi berbeda terkait fasad. Fasad dikategorikan sebagai bagian bangunan yang memastikan komunikasi visual dalam suatu lingkungan binaan dan memegang peran penting dalam mendefinisikan ruang privat (dalam) dan ruang publik (luar). Fasad bangunan adalah representasi fisik, sosiologi dan atau psikologi dengan variabel-variabel seperti kompleksitas, preferensi dan kesan dalam persepsi serta interpretasi sistem fasad yang berbeda. Jenis media fasad digunakan untuk

kepentingan yang berbeda dengan mengandung potensi sosial, teknologi, dan nilai budaya latar belakang. Untuk membentuk stuktur komunikasi *media facade*, berbagai elemen harus direncanakan dalam bentuk yang sistematis, seperti data lingkungan lokasi *media facade*, isi dari elemen-elemen media dan rencana terkait interaksi antara bangunan dan fasad sebagai kesatuan. Komponen *media facade* menurut Moere dan Wouters sperti yang dikutip oleh Muammar Yaman (2023) adalah *carrier*, *content*, lingkungan dan waktu. Keempat komponen ini adalah satu kesatuan yang saling terkait satu sama lainnya (gambar 6).



Gambar 6. Komponen *Media Façade* (Moere dan Wouters, 2012) dan Kontras siang-malam Media Façade (Sumber : Muammar Yaman, Zeynep Yesim Ilerisoy, 2023)

Bahan material dan sistem yang dipilih harus mampu bertahan dari kondisi lingkungan eksternal. Maka dalam proses perancangan, harus dilakukan pemeriksaan dengan berdasarkan parameter-parameter yang sesuai dan penting agar keberlanjutan dan efisien biaya. Membangun layar digital yang terdapat sistem tayangan telah mentransformasi arsitektur modern menjadi *media-performance visual*, maka dibutuhkan parameter-parameter agar pemuluan *media facade* dapat sesuai (tabel 2).

Tabel 2. Parameter-Parameter Proses Perancangan *Media Façade*

No	Parameter	Keterangan		
1	Tujuan Penggunaan (Media Façade)	<ul style="list-style-type: none"> Digunakan untuk tujuan-tujuan komersial, biasa dipakai oleh periklanan dalam skala urban Digunakan untuk tujuan-tujuan layanan masyarakat, yaitu dipakai dalam menginformasikan warga kota tentang berbagai topik terkait aktifitas seperti informasi transportasi dan lainnya Digunakan untuk tujuan-tujuan komunikasi sosial, yaitu sebagai jalur komunikasi mentransfer informasi dan pesan Digunakan untuk tujuan-tujuan artistik dan hibursn terkait, yaitu sebagai bentuk seni digital untuk memberi persepsi berbeda pada fasad bangunan dan membentuk kesatuan sosial Digunakan untuk tujuan-tujuan solusi untuk fasad, yaitu menyelesaikan permasalahan yang mungkin muncul dari lokasi, bentuk dan fasad bangunan. 	Commercial	Purpose of Use
			Public Service	
			Social Communication	
			Artistic and Amusement	
			Facade Solutions	
2	Posisi <i>Media Façade</i> (Positioning of Façade)	<ul style="list-style-type: none"> <i>Media façade</i> hanya di permukaan fasad <i>Media façade</i> hanya di permukaan fasad tertentu <i>Media façade</i> berada di level hirarki berdasarkan ketinggian bangunan <i>Media façade</i> berada di seluruh fasad bangunan 	Only on a facade surface	Positioning of Façade
			A certain facade surface	
			A hierarchical level	
4	Geometry	<ul style="list-style-type: none"> <i>Media façade limits</i> – fleksibel bisa dua atau tiga dimensi <i>Media façade sizes</i> – ukuran dibandingkan dengan bangunan selaku <i>carriemya</i> <i>Media façade ratios</i> – proporsi dibandingkan dengan tinggi atau besar bangunan. 	All facades	Geometry
			Two-dimensional (2D)	
5	Effectiveness	<ul style="list-style-type: none"> <i>Media façade</i> hanya bersifat dan jangka waktu sementara <i>Media façade limits</i> bersifat permanen, tapi dengan pembatasan waktu atau durasi <i>Media façade limits</i> bersifat permanen, tapi tayang sepanjang waktu siang dan malam 	Three-dimensional (3D)	Effectiveness
			Independent	
			Double Skin	
			Integrated	
			Temporary	
6	Illumination and Visual Comfort Data	<ul style="list-style-type: none"> Faktor cahaya siang hari (pencahayaan alami) Elemen pencahayaan buatan hanya di area atau saat kurang pencahayaan alami Material <i>media façade</i> bisa <i>transparent</i>, <i>semi-transparent</i> dan <i>opaque</i> 	Only Day	Illumination and Visual Comfort Data
			Only Night	
			Day and Night	
			Transparent	
7	Physical Environment Control Components	<ul style="list-style-type: none"> Lingkungan alami atau binaan Data visual dan <i>auditory</i> Pemakaian energy listrik 	Semi-transparent	Physical Environment Control Components
			Opaque	
			Low	
			High	
			Yes	
8	Keberlanjutan (sustainability)	<ul style="list-style-type: none"> Material yang keberlanjutan Meminimalkan penggunaan energy saat <i>media façade</i> dinyalakan <i>Passive design principle</i> 	Visual Density	Sustainability
			Overheating	
			Auditory Comfort	
			Fire Risk	
			Use of Materials	
			Produce of Energy	

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dynamic elements</i> • <i>Double (secondary) skin elements</i>
--	--

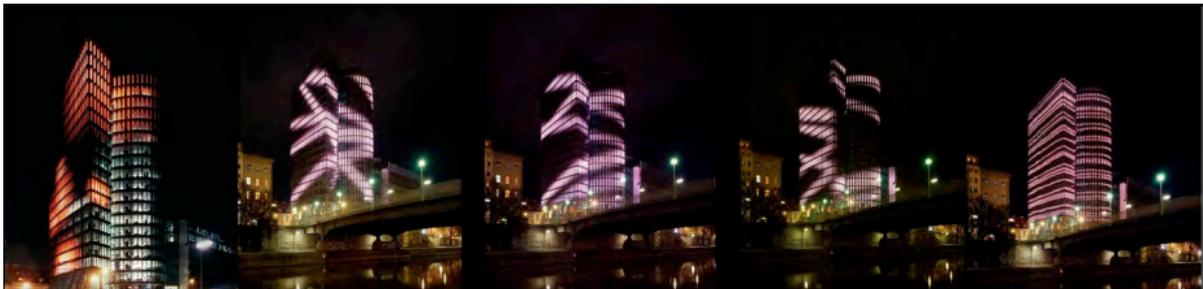
Sumber : Elaborasi dari Artikel Muammar Yaman (2023)

3.7. People Evaluation Media Façade As New Urban Landmarks At Night [13]

Berlandaskan pada realitas bagaimana penggunaan energi listrik di perkotaan sudah menjadi tidak terpisahkan bagi kehidupan warga kota di era teknologi informasi saat ini. Peran utama listrik pada arsitektur dan kota yang paling penting adalah sebagai cahaya penerangan bagi masyarakat kota beraktifitas di luar ruangan saat hari menjelang malam di kehidupan modern. Dengan tujuan mempercantik kota dan membuat kota lebih menarik serta mengundang kegiatan, adalah sangat penting untuk cahaya penerangan kota tidak hanya fungsional tetapi seharusnya juga menyenangkan bagi warga kota.

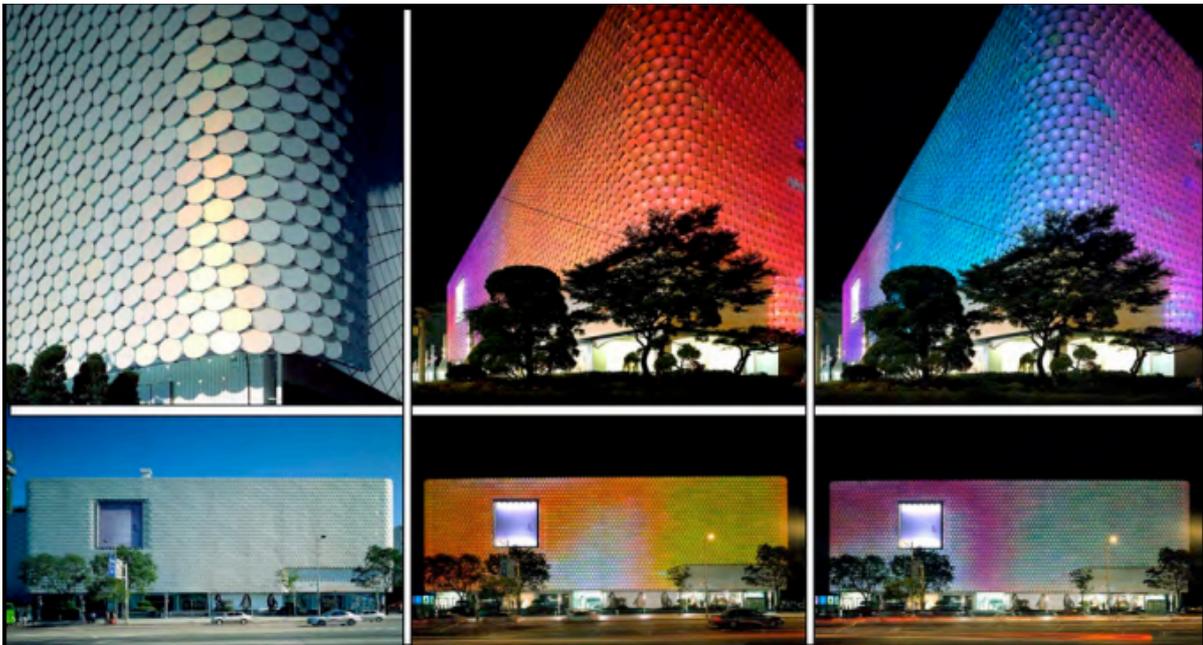
Fasad adalah wajah dan citra suatu bangunan kepada publik yang memainkan peran penting dalam komunikasi emosional dan rasional antara bangunan dan publik. Sehingga pencahayaan eksterior fasad suatu bangunan memegang peranan penting di ruang kota dan terutama mempengaruhi lingkungan dan kenangan suatu kota di malam hari. Fungsi utama pencahayaan fasad bangunan konvensional di malam hari adalah untuk keselamatan, keamanan dan visual, dengan pemakaian lampu dan *neon signs*.

Media façade adalah tren sebuah inovasi di bidang desain pencahayaan, hadir melalui kombinasi desain pencahayaan yang interaktifitas dan mencolok dengan tujuan mempengaruhi orang secara psikologis dan menyenangkan. Jenis media ini terintegrasi, terprogram dan interaktif. Dengan terintegrasi pada fungsi perkotaan, juga mampu memfasilitasi pengalaman warga kota di ruang publik, merubah isi, perasaan dan pesan-pesan, sehingga pencahayaan masa kini tidak lagi hanya pencahayaan biasa, tapi telah menjadi informasi. Dasar konsep *media façade* adalah bertujuan bagaimana menarik perhatian pengamat melalui interaktifitas yang di ekspresikan melalui pencahayaan dinamis (gambar 7).



Gambar 7. *Media Façade* di Uniqa Tower

(Sumber : <http://www.lichtkunstlicht.com/en/projects/media-facades-and-light-art/uniqa-tower-vienna.html>)



Gambar 8. Perbedaan warna eksterior siang dan malam hari di Galleria Store.

(Sumber: <http://www.unstudio.com/projects/galleria-department-store>)

Berdasarkan *systematic sampling* dari sebelas bangunan arsitektur sebagai kasus studi didapatkan dua belas karakteristik *media façade*. Keseluruhan atribut berkaitan pada dinamisitas visual dan

interaktifitas *media façade* yang menjadi dasar parameter utama penelitian. Dalam penelitian ditemukan bahwa responden lebih tertarik kepada kualitas visual dibandingkan dimensi interaksinya,

Tabel 3. Karakteristik *Media Façade*

No	Karakteristik	Keterangan
1	<i>Uniqueness landmark,</i>	Berbeda dengan pencahayaan sekitar, yang mendukung pencahayaan biasa. Pencahayaan eksterior bisa membuat bangunan tampil mencuat dari bangunan dan lingkungan sekitarnya. Atribut paling umum dari menggunakan fasad media adalah mengubah struktur bangunan menjadi bangunan yang luar biasa dan khas dari sekitarnya atau dalam skala yang lebih besar, yang bisa berupa kota, negara atau bahkan dunia
2	<i>Different nocturnal appearance</i>	Berbeda dengan pendekatan konvensional dalam pencahayaan fasad eksterior, fasad media bisa independen dari bentuk arsitektur, struktur dan detail. Mereka menyebabkan bagaimana penampilan bangunan yang muncul di malam hari tampil berbeda dibandingkan dengan penampilannya di siang hari (gambar 8)
3	<i>Dynamic colour</i>	Pencahayaan warna-warni adalah faktor utama dan dasar dalam menarik orang ke bangunan di malam hari akan lebih menonjol di fasad media dibandingkan pencahayaan biasa, karena kemungkinan perubahan berkelanjutan berdasarkan pola yang diprogram
4	<i>Dynamic advertisement</i>	Karakter dinamis konten untuk fasad media memiliki potensi yang baik untuk tujuan periklanan karena mereka dapat mengarahkan perhatian orang terhadap produk atau proses tertentu
5	<i>On-going process</i>	Karakter dinamis konten dalam fasad media mengubah bangunan dari status statis menuju yang dinamis, juga membawa karakteristik lebih lanjut pada penampilan bangunan
6	<i>Artistic lighting performance</i>	Desain pencahayaan adalah kombinasi dari seni dan sains, dan, oleh karena itu, desainer harus paham tidak hanya tentang estetika, tetapi juga tentang dunia digital dan teknisi terbaru perkembangan ilmu pengetahuan
7	<i>Matching content with building</i>	Fasad Media memiliki tanggung jawab sosial dan fungsi sipil di luar iklan, dan, karenanya, tidak boleh dianggap hanya sebagai papan iklan video untuk disewakan. Narasi pada fasad harus ekspresif dari bangunan, sikap arsitektur dan interiornya, karena konten yang tidak relevan gagal mendapatkan apresiasi terhadap masyarakat sekitar
8	<i>permanent Installation</i>	Meskipun media harus menjadi bagian integral dari arsitektur, fasad media dapat dilihat sebagai pilihan tambahan untuk cangkang bangunan konvensional untuk memperluas cara mengekspresikan arsitektur
9	<i>Informative lighting</i>	Potensi komunikasi <i>media façade</i> memberi arsitektur dimensi selain murni dekoratif karena komputasi dan penginderaan, yang bergerak dari komputer dan perangkat ke lingkungan itu sendiri. Komunikasi satu arah adalah karakteristik unik arsitektur dalam beradaptasi dengan masyarakat yang kaya informasi sebagai penengah antara ruang fisik dan informasi
10	<i>Covert interaction</i>	Potensi terbesar untuk identifikasi penghuni dengan arsitektur media terdiri dari konsep media interaktif, dimana pengguna diberikan kemungkinan yang berbeda untuk berkomunikasi dengan bangunan itu sendiri. Dalam hal ini, komunikasi dua arah akan memungkinkan orang untuk terlibat dengan bangunan dan isinya
11	<i>Overt interaction</i>	Efek langsung pada <i>media facade</i> dapat dicapai dalam bentuk interaksi lain ketika <i>platform / kios</i> atau media khusus dipertimbangkan untuk bisa berinteraksi
12	<i>Pre-designed interaction</i>	Ada suatu kesempatan untuk masyarakat di area publik bisa berkomunikasi dengan media <i>façade</i> , misalnya dengan memberikan pihak tersebut untuk membuat desain <i>content</i> -nya sendiri untuk kemudian ditayangkan pada waktu yang spesifik.

Sumber : Elaborasi dari Artikel Ilmiah Elyas Wahedi Moghaddam dan Rahinah Ibrahim (2016)

3.8. Tinjauan *Media Façade* di Kota Jakarta

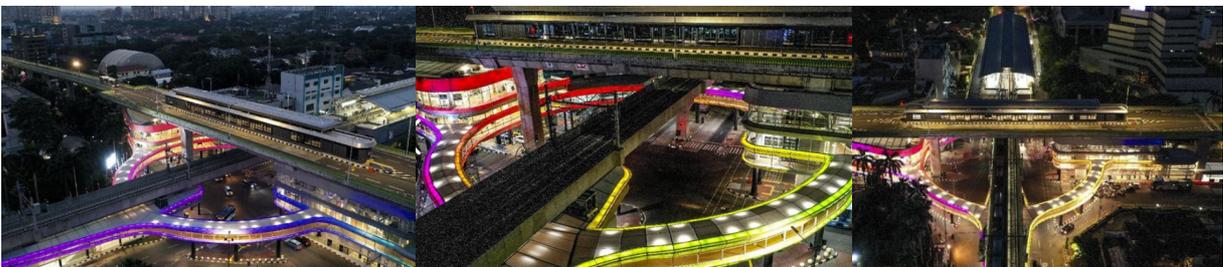
Berdasarkan studi literatur dari artikel-artikel diatas, maka perlu meninjau penampilan *media façade* di kota Jakarta.. Penampilan pertama *media façade* pada bangunan arsitektur di Kota Jakarta adalah ketika Mal Taman Anggrek yang diresmikan di tahun 1996 berlokasi di kawasan Tomang-Grogol, melakukan renovasi peremajaan fasadnya pada tahun 2012 (gambar 9). Dan arsitektur fasad media terbaru adalah Wisma BNI 46 Pejompongan yang diresmikan di tahun 2019 (gambar 10). Kedua bangunan komersial ini adalah contoh *media façade* yang terintegrasi secara arsitektural sebagai elemen desain fasad. Stasiun MRT ASEAN adalah contoh *urban screen* di kawasan Blok M Jakarta Selatan (gambar 11)



Gambar 9. Mal Taman Anggrek sebelum (kiri) dan sesudah renovasi (kanan).
(Sumber: <https://www.latinamericanstudies.org/jakarta/taman> dan <https://www.rukita.co/stories>)



Gambar 10. Wisma BNI 46 Pejompongan Jakarta Pusat.
(Sumber :: <https://alacasa.id/article/read/8/2019/1141/telah-dibuka-menara-bni>)



Gambar 11. Stasiun MRT ASEAN
(Sumber : <https://news.detik.com/foto-news/d-5678670/pesona-skybridge-mrt-asean-halte-transjakarta-csw-saat-malam-hari>)

4. KESIMPULAN

Arsitektur di era teknologi informasi saat ini tidak lagi terbatas sebagai tempat tinggal untuk definisinya, tapi juga komunikasi dan informasi. *Media façade* dapat dikatakan adalah gaya arsitektur baru di era teknologi-informasi saat ini. Meski latar belakang media tersebut adalah berkat kemajuan teknologi, tapi karena penekanan lebih kepada sisi media maka beberapa akademisi menamakannya antara sebagai *Mediatecture* atau *Media Architecture*. Dengan berdasarkan penempatan media façade ke arsitektur, maka seharusnya lebih tepat bila *media façade architecture* atau arsitektur fasad media.

Arsitektur fasad media adalah bagian penting dari *urban screen* sebagai pencahayaan kota selain koridor jalan dan plaza. Hal ini karena bangunan arsitektur selalu digunakan oleh warga kota sebagai tanda (*sign*) untuk menandai (*signage*) suatu tempat, lokasi dan kawasan. Dengan *media façade* yang menarik, diharapkan dapat menambah kualitas kehidupan malam suatu kawasan. Hal ini memberikan suatu potensi yang besar peran arsitektur dalam visual malam hari perkotaan.

Setiap jenis *media façade* memiliki parameter, karakteristik yang unik, khusus, dan berbeda-beda antara satu dan lainnya. Sehingga ketika suatu jenis media façade akan digunakan sebagai elemen fasad dalam suatu desain perancangan arsitektur, sang arsitek harus memahami terlebih dahulu karakteristik, latar belakang teknologi dan dasar penggunaan jenis media fasad tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A Media Façade – A New Project in your Media Plan. 2019. <https://facadelighting.net/a-media-facade-a-new-project-in-your-media-plan>
- Fritz, Susanne. (2009). *Media Façade*. Achitonic. <https://www.architonic.com/en/story/susanne-fritz-media-facade/7000408>
- Fu, Linwei, Jiani Zhou, Tae Soo Yun. (2021). *Composition in Media Façade of Narrative Subject Based on Colour Psychology*. Image and Graphics. <https://www.researchgate.net/publication/351219734>
- Gladman, Randy. (2002). *Body Movies – Interview Rafael Lozano-Hemmer*. Canadian Art. <http://canadianart.ca/microsites/cover-stories/2002-winter.pdf>
- Haeusler M. H. (2009). *Media Façades : History, Technology, Content*. Avedition, Ludwigsburg.
- Kurniawan, Rahmat, Zubaidah. (2023) Konsep Diskursus dalam Karya Michael Foucault. Jurnal Filsafat Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/370661953>
- Moghaddam, Elyas Vahedi, Rahinah Ibrahim. (2016). *People's Evaluation Toward Media Façade as New Urban Landmarks At Night*. International Journal of Architecture Research Archnet – IJAR. <https://www.researchgate.net/publication/303302252>
- Primasari, Litta, Setiawan Sabana. 2010. *Urban Screen Pada Ruang Publik : Media Interaksi Kreatif Dalam Meningkatkan Makna Tempat*. Jurnal Wimba, Komunikasi Visual & Multimedia. https://journals.itb.ac.id/index.php/wimba/article/view/10884/pdf_19
- Stojšić, Milica. 2017. *(New) Media Facades: Architecture and/as a Medium in Urban Context*. <https://www.researchgate.net/publication/316624494>
- Tjhin, Santo. 2019. *Urban Screen As A Visual Art and Advertising Area*. Asia Proceeding of Social Sciences (APSS). <https://www.researchgate.net/publication/337738622>
- Venturi, Robert. (1996). *Iconography and Electronics Upon A Generic Architecture : A View From The Drafting Room*. The MIT Press
- Wiethoff, Alexander, Sven Gehring. 2012. *Designing Interaction with Media Facades : A Case Study*. <https://www.researchgate.net/publication/236610525>
- Yaman, Muammer, Zeynep Yesim Ilerisoy. 2023. *Parameters for designing media facades: A research toward different cases from Turkey and other countries*. Grid Architecture. <https://www.researchgate.net/publication/367109712>