

# Hubungan Karakter Milenial dengan Persepsi Visual Desain Fasad Rumah untuk Generasi Milenial di Graha Raya

Aghni Angi Utami<sup>1</sup>, Dwi Siswi Hariyani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya.

Email korespondensi: [aghni.angiutami@student.upj.ac.id](mailto:aghni.angiutami@student.upj.ac.id)

---

## Abstrak

Graha Raya merupakan salah satu permukiman yang dikelola oleh PT. Jaya Real Property, Tbk. Pada project kali ini mendesain fasad rumah untuk kavling-kavling sudut yang belum berhasil terjual. Desain rumah yang sudah ada tampak depannya tidak lagi sesuai dengan tren rumah sekarang, Maka dari itu perlu mempertimbangkan aspek visual dan fungsional pada desain fasad terbaru untuk rumah sudut. Pada kavling-kavling rumah sudut yang masih kosong akan dibangun sebuah rumah dengan satu denah yang sama untuk 2 cluster namun dengan fasad yang berbeda dari cluster rumah yang sudah ada. Kavling sudut ini akan dibangun rumah dengan gaya fasad terbaru yang mempertimbangkan karakteristik, minat, dan persepsi visual estetika menurut generasi millennial. Rumah sudut baru dirilis dengan nama Ciara yang mengusung desain casual untuk generasi milenial yang suka dengan desain *simple* namun *trendy*.

**Kata-kunci** : fasad, persepsi, visual, rumah, millennial

---

## Pengantar

Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan penduduk yang besar karena setiap tahunnya angka pertumbuhan tersebut selalu naik. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 25,87% populasi di Indonesia adalah generasi milenial. Generasi milenial merupakan sekelompok individu dengan rentang waktu kelahiran antara 1982 hingga 2002 (Strauss & Howe, 2000). Genarasi milenial saat ini masuk dalam usia produktif baik dalam kegiatan bekerja ataupun menempuh Pendidikan tinggi. Dengan masuknya generasi milenial kedalam usia produktif otomatis saat ini generasi milenial sudah memasuki usia dewasa. Pada usia dewasa mereka mulai memikirkan pentingnya kebutuhan dasar manusia seperti sandang, pangan, dan papan dengan mandiri. Di usia dewasa kebutuhan papan yaitu rumah menjadi pertimbangan penting karena rumah akan menjadi tempat tinggal dan naungan untuk berlindung dari cuaca sampai tempat tumbuhnya anggota keluarga.

Dengan kebutuhan akan rumah pada generasi milenial perlu beberapa aspek yang perlu menjadi perhatian agar target tertarik membeli rumah tersebut. Salah poin pertama yaitu dari segi visual. Dalam sebuah rumah, fasad merupakan salah satu *point of interest* karena saat seseorang pertama kali berkunjung hal pertama yang dilihat adalah muka bangunan (fasad). Fasad suatu bangunan

mempengaruhi semua aspek dan suasana. (Askari & Dola, 2009). Aspek visual yang mengandung nilai estetika pada fasad rumah akan menarik perhatian calon pembeli.

Melihat generasi milenial saat ini membutuhkan rumah untuk memenuhi salah satu kebutuhan dasar hidup. Dalam suatu desain rumah perlu memperhatikan aspek estetika dan karakteristik generasi milenial yang *up to date*. Maka dari itu diharapkan nantinya sebuah perusahaan *property* atau yang akan memulai membuat cluster-cluster perumahan tidak hanya memperhatikan nilai estetika rumah namun perlu juga memikirkan karakteristik generasi milenial yang menyukai hal-hal baru dan mengikuti tren.

## Metode

Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Metode kualitatif digunakan atas landasan persepsi visual pada generasi milenial dengan mengkaji literatur terkait. Metode survei langsung ke tapak dan terkait dalam proses desain untuk mengetahui kondisi langsung lalu mengeksplorasi desain seperti apa yang disukai dengan membaca literatur terkait dan *Grounded theory* dimana penulis menarik generalisasi apa yang diamati dalam proses berdasarkan pandangan yang diteliti.

## Kavling Sudut Cluster Ayna dan Viola Residence

Graha Raya merupakan Kawasan perumahan yang dikelola oleh PT. Jaya Real Property. Tbk dengan mengembangkan hunian berskala distrik. Dalam masing-masing distrik terdapat cluster perumahan salah satunya cluster *Ayna Residence* dan *Viola Residence*. Kedua cluster ini dirilis pada pertengahan tahun 2015 dengan animo konsumen yang cukup tinggi dengan menargetkan konsumen pasangan muda yang ingin memiliki rumah. Seiring berjalannya waktu penjualan kedua cluster ini menyisakan kavling sudut kosong *ready stock* yang belum berhasil terjual.

Cluster Ayna dan Viola ini pada umumnya telah memiliki masing-masing karakteristik desain namun dengan tren arsitektur yang semakin berkembang saat ini desain fasad yang telah ada dirasa kurang menarik sehingga untuk membangun di kavling sudut tersebut perlu adanya desain fasad terbaru yang lebih kekinian sesuai minat calon pembeli khususnya generasi milenial. Dalam mendesain fasad Pada kedua cluster tersebut tidak hanya memikirkan nilai estetika tetapi lingkungan sekitar rumah. Bangunan pada kavling sudut didesain tidak terlalu mencolok agar tidak terlalu kontras dengan rumah-rumah disekitarnya.

Gambar 1 menunjukkan salah satu kavling sudut yang *ready stock* namun belum berhasil terjual. Dalam satu cluster perumahan semua kavling sudut belum berhasil terjual.



**Gambar 1.** Kavling sudut *Ayna Residence* dan *Viola Residence* yang belum berhasil terjual.

Salah satu faktor yang menyebabkan calon pembeli kurang berminat membeli rumah pada kavling sudut karena harga rumah yang lebih mahal. Harga rumah yang berbeda dari rumah-rumah lainnya karena luas tanah yang lebih besar daripada rumah non sudut. Padahal dibalik harganya yang lebih mahal daripada rumah sekitarnya, rumah sudut memiliki kelebihan yang tidak ada di rumah lain seperti sirkulasi udara yang baik dan pencahayaan yang baik.

### **Desain Rumah Sudut untuk Ayna dan Viola Residence**

Desain adalah elemen penting pada produk arsitektur karena keseluruhan desain mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Desain juga merupakan alat potensial untuk membuat diferensiasi dan penentuan posisi produk di pasar (Mbake, Utomo, & Setijanti, 2015). Maka dari itu, sebagai desainer perlu adanya rasa pengertian terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada desain fasad rumah di Cluster Ayna menggunakan tekstur *black brick* dengan aksent warna putih dan cream sedangkan rumah di Cluster Viola lebih monochrome dengan cat dinding putih dipadukan cat abu-abu serta terstruktur batu alam untuk memberikan aksent pada bangunan.



**Gambar 1.** Desain rumah di Cluster Viola Residence



**Gambar 3.** Desain rumah di Cluster Ayna Residence

Desain rumah yang sudah ada saat ini kurang menarik perhatian para calon pembeli. Dengan semakin berkembang gaya dan desain fasad arsitektur dari waktu ke waktu perlu adanya peremajaan fasad menggantikan desain fasad saat ini. Variasi pada respon estetika berhubungan dengan warna fasad. Penilaian tentang ukuran bangunan bervariasi hingga 5% dan bangunan dengan menampilkan warna fasad yang kontras lebih besar dan lebih dominan terhadap penampilan. (O'Connor, 2008). Selain itu, penilaian mengenai kesesuaian bangunan bervariasi hingga 13% dan bangunan yang menampilkan warna-warna harmonis dianggap lebih serasi

(O'Connor, 2008). Hal-hal tersebut perlu menjadi pertimbangan dalam mendesain fasad rumah agar kesesuaian warna menjadi lebih harmonis. Pilihan warna yang terlalu bervariasi dalam satu fasad rumah tidak selalu disukai oleh kebanyakan orang karena terlalu kontras. Respon estetika berhubungan dengan minat calon pembeli dengan warna, tekstur dan bentuk suatu fasad bangunan yang harmonis memberikan respon positif terhadap calon pembeli.

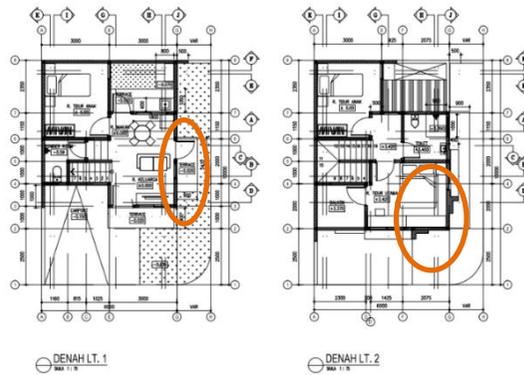
Generasi milenial saat ini lebih menyukai hal-hal yang *simple* dan *trendy*. Untuk memasarkan sebuah rumah sudut yang sesuai dengan generasi milenial perlu adanya pendekatan mengenai 'selera' mereka. Saat ini warna-warna yang tidak kontras seperti *Earth Tone* lebih disukai dan menjadi tren dalam dunia desain. Warna *Earth Tone* secara umum merupakan palet sebuah warna yang terinspirasi dari warna-warna bumi seperti warna tanah, batu, pohon sampai langit. Warna ini diminati karena memberikan rasa lebih nyaman, abadi, dan kesan natural pada bangunan. Selain itu, warna *Earth Tone* yang netral cocok dikombinasikan dengan berbagai tekstur material dan bentuk-bentuk lainnya.

Berdasarkan sebuah penelitian generasi Milenial memiliki karakteristik *plain joes* yaitu suatu kelompok yang suka dengan barang-barang biasa, tidak terlalu kontras dengan mata dan terpenting memenuhi kebutuhan mereka. (Ramadhani, 2018). Mereka lebih mengutamakan fasad rumah yang tidak terlalu kontras dengan penggunaan material alam seperti alam seperti bambu, kayu sehingga menghasilkan kesan hangat dan dekat dengan alam. Karakteristik lainnya mereka ingin sebuah rumah dengan menjunjung tinggi *holiday effect*, *instagramers* dan *social media preassure*. (Ramadhani, 2018) hal ini melatarbelakangi nilai estetika fasad berpengaruh terhadap karakteristik generasi Millennial.

Orang lebih memilih desain praktis agar bisa 'mengejar' dengan waktu. (Indrani, 2004). Gaya desain arsitektur yang minimalis saat ini lebih digemari untuk mengakomodasi gaya hidup modern. Semua bentuk desain dirancang untuk memenuhi tuntutan fungsi, sehingga lahir bentuk geometris yang memperlihatkan garis tegas, garis horizontal dan vertikal pada bangunan. (Mayer, 1992).

Desain minimalis yang tren sekarang mempunyai karakteristik bentuk geometris sederhana, warna yang bersifat 'kalem', monokromatis, dan penggunaan warna yang mendominasi putih – abu-abu – hitam (Erlhoff & Marshall, 2008) (Ching, 2007). Selain itu, imej pada desain rumah minimalis dapat memberikan imej hangat dan dingin. Untuk memberikan imej hangat atau dingin pada suatu fasad rumah diperlukan pemilihan warna dan material pendukung yang mempertegas imej fasad rumah. Penggunaan material pendukung seperti kayu dan warna terang mempertegas imej hangat sedangkan warna gelap seperti abu-abu akan memberikan kesan fasad rumah lebih dingin.

Pada desain terbaru untuk rumah sudut cluster Ayna Residence dan Viola Residence kedua rumah sudut tersebut menggunakan 1 desain yang sama dan 1 denah yang sama. Denah yang dipakai merupakan denah dari rumah tipe Cassia dengan luas bangunan 67 m<sup>2</sup>. Lalu luas tanah sudut memiliki luas 72 m<sup>2</sup>. Untuk menyesuaikan denah dengan desain rumah terbaru denah mengalami beberapa perubahan seperti menghilangkan pintu samping dan dinding halaman belakang diberikan pintu teralis.



**Gambar 4.** Denah rumah tipe Cassia



**Gambar 5.** Denah rumah terbaru yang sudah diubah dan render

Desain bentuk fasad geometri yaitu segitiga untuk mempertegas imej minimalis dan kesan *homey* pada rumah. Desain rumah sudut ini mengusung tema *casual* untuk menarik generasi milenial yang menyukai gaya *casual*. Untuk memberikan imej casual pada fasad rumah pemilihan warna dan material pendukung sangat diperhatikan. Rumah ini memiliki warna dominan putih yang netral dengan aksen tekstur *thick wood* pada tampak depan. Fasad warna putih dengan tekstur *thick wood* pada tampak depan memberikan kesan cerah dan kesesuaian warna lebih harmonis daripada desain rumah sebelumnya. Warna dan tekstur yang dipilih tidak terlalu bervariasi dan tidak kontras

Desain bentuk fasad geometri yaitu segitiga untuk mempertegas imej minimalis dan kesan *homey* pada rumah. Desain rumah sudut ini mengusung tema *casual* untuk menarik generasi milenial yang menyukai gaya *casual*. Untuk memberikan imej casual pada fasad rumah pemilihan warna dan material pendukung sangat diperhatikan. Rumah ini memiliki warna dominan putih yang netral dengan aksen tekstur *thick wood* pada tampak depan. Fasad warna putih dengan tekstur *thick wood* pada tampak depan memberikan kesan cerah dan kesesuaian warna lebih harmonis daripada desain rumah sebelumnya. Warna dan tekstur yang dipilih tidak terlalu bervariasi dan tidak kontras sehingga memberikan respon estetika yang ceria dan *casual*. Rumah ini menjadi salah satu desain terbaru yang dirilis oleh Graha Raya yang diberi nama Ciara.



**Gambar 6.** Fasad terbaru tipe ciara untuk cluster ayna *residence* dan viola *residence*.

Bahan fasad dan kualitas fasad merupakan aspek yang sangat penting. Kualitas fasad yang buruk secara signifikan akan memberikan kekosongan struktural, fasad yang berkualitas dapat memberikan efek positif untuk mengisi kekosongan struktural, fasad mewakili nilai finansial bagi pemilik *real estate* sebuah rumah. (Heijer, 2013).

Persepsi sebagai pandangan individu terhadap suatu rumah menjelaskan bagaimana manusia menerima, mengerti dan menilai lingkungannya. Persepsi bukan hanya tentang penginderaan setiap pengalaman ruang. Persepsi manusia terhadap lingkungannya sangat penting bagi seorang desainer, melalui persepsi seorang desainer mendapatkan informasi yang obyektif. Respon yang dilihat melalui persepsi manusia ialah warna, wujud, tekstur, posisi, orientasi yang berpengaruh ekspresi suatu bangunan (Ching, 2007).

Eksresi dalam arsitektur merupakan respon mental dari suatu bentuk arsitektur yang umumnya berasal dari hasil pengamatan. Pengalaman suatu ruang baik indah maupun buruk berasal dari pikiran kita mengenai kualitas keindahan yang diberi tanda ideal. Pandangan manusia yang positif dan selaras terhadap suatu bangunan akan memberikan efek positif terhadap persepsi manusia terhadap bangunan. Pada hal ini ekspresi bangunan mempengaruhi persepsi manusia, untuk itu melalui fasad yang baik dan menunjukkan sebuah ekspresi bangunan dapat menarik perhatian calon pembeli.

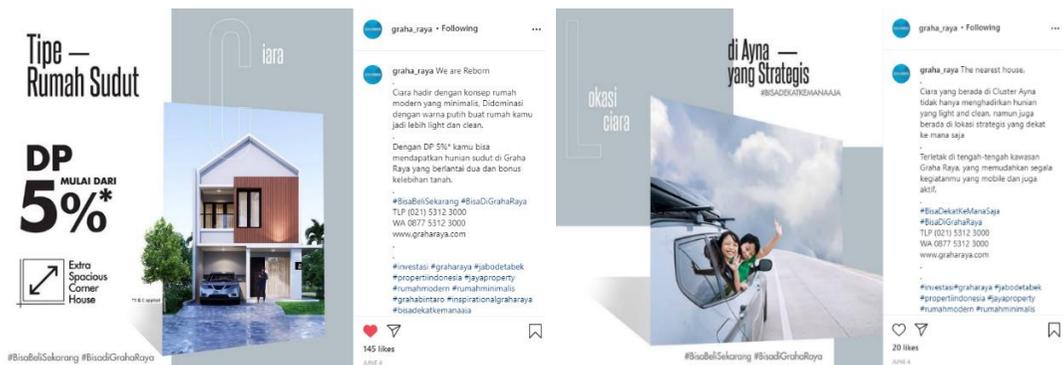
Ketertarikan milenial akan hal baru memberikan inspirasi terbaru di dunia arsitektur. Dengan ketertarikan milenial dengan hal baru dapat melahirkan gaya-gaya fasad rumah yang lebih menarik dan tidak monoton. Fasad yang memiliki respon visual baik pada pandangan pertama akan lebih menarik perhatian milenial sehingga mereka tertarik mencari lebih tahu mengenai rumah tersebut. Selain itu, generasi milenial sekarang lebih menyukai rumah tapak. Rumah tidak hanya memiliki unsur estetika tetapi perlu memperhatikan aspek lainnya seperti kondisi struktural rumah yang baik, rumah harus sesuai dengan tujuan pengguna dan memiliki nilai estetika. Unsur estetika dalam rumah dapat dituangkan dalam interior dan eksterior rumah. Pada eksterior rumah fasad menjadi wadah ekspresi untuk menampilkan nilai estetika.

Dengan memperhatikan nilai-nilai tersebut, diharapkan dalam mendesain rumah dengan memperhatikan unsur keindahan, kegunaan dan kekuatan tetapi perlu memperhatikan persepsi pengguna rumah/ruang nantinya karena mereka yang tinggal dan merasakan pengalaman ruang tersebut. Rasa pengertian perlu dikembangkan agar generasi milenial tertarik pada rumah dan sesuai dengan keinginan mereka.

### Publikasi Rumah kepada Generasi Millennial

Generasi milenial adalah generasi dengan kemampuan teknologi yang lebih tinggi daripada generasi sebelumnya. Tingginya persentasi penggunaan teknologi seperti *smartphone*, computer dan internet pada kegiatan sehari-hari generasi millennial. Persentase penggunaan teknologi tidak ada ketimpangan antara laki-laki dan perempuan, mereka sama-sama menggunakan teknologi tersebut.

Generasi milenial yang melek teknologi dan selalu terhubung dengan internet menjadikan media sosial sebagai alat telekomunikasi yang cepat dan praktis. Keunggulan dari media sosial salah satunya penyebaran informasi yang luas, cepat dan murah. Media sosial yang mayoritas dimiliki generasi milenial adalah Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Line, TikTok, dan Twitter. Media sosial tersebut dapat dijadikan media untuk memasarkan rumah langsung kepada generasi millennial.



**Gambar 7.** Media Instagram sebagai publikasi rumah kepada generasi millennial.

### Kesimpulan

Desain adalah elemen penting dalam dunia arsitektur karena desain mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Desain yang orisinal merupakan alat potensial untuk membuat penentuan suatu produk arsitektur dalam pasar. Seorang desainer dalam mendesain sebuah fasad rumah harus memperhatikan respon estetika yang akan dirasakan oleh konsumen. Respon estetika dapat dihasilkan melalui penampilan warna-warna yang harmonis, bentuk yang serasi dan tekstur yang tidak kontras dengan warna maupun bentuk fasad rumah. Fasad rumah yang baik dan harmonis akan memberikan respon positif terhadap calon pembeli/konsumen. Selain desainer perlu memperhatikan respon estetika terhadap konsumen, hal yang disukai dan perilaku konsumen terutama generasi milenial perlu menjadi acuan dalam desain.

Generasi milenial menyukai hal-hal yang simple dan trendy. Saat ini rumah minimalis dengan bentuk geometris dan palet warna *Earth tone* sedang populer di dunia desain. Gaya desain yang praktis dan tak lekang waktu juga diminati. Desain minimalis mempunyai karakteristik bentuk geometris sederhana, warna monokromatis dan penggunaan warna yang mendominasi warna netral seperti putih dan hitam. Desain rumah sudut yang minimalis dengan fasad geometris

segitiga dan warna netral mengadaptasi keinginan hunian milenial yang suka hal-hal *trendy* dan *simple*. Rumah ini memiliki respon *casual* dan karakteristik rumah yang cerah. Gaya rumah yang seperti lebih disukai generasi milenial karena mereka memiliki karakteristik *plain joes*.

Desain rumah mampu yang menampilkan ekspresi memberikan persepsi terhadap individu dan ersepsi menjelaskan pandangan indivitu terhadap suatu rumah dengan menilai, mengerti dan menerima tampilan rumahnya. Untuk mendapatkan persepsi konsumen dapat melalui warna, wujud, tekstur, posisi dan orientasi bangunan. Persepsi ini merupakan hasil tampilan ekspresi suatu rumah yang merupakn respon mental dari bentuk arsitektur Hal ini perlu menjadi perhatian karena rumah nantinya akan dihuni oleh seseorang maupun keluarga sehingga kita sebagai desain perlu mengerti minat dan kebutuhan konumen. Untuk itu fasad bangunan yang *simple*, minimalis dan *trendy* meningkatkan minat konsumen terutama generasi milenial dapat menarik calon pembeli/konsumen.

### Daftar Pustaka

- Amir, H., Askari, K. B., & Dola. (2009). Influence of Building Façade Visual Elements on Its Historical Image: Case of Kuala Lumpur City, Malaysia. *Journal of Design and Built Environment* 5 (1).
- Ching, F. D. K. (2011). *A Visual Dictionary of Architecture*. John Wiley & Sons.
- Erlhoff, M., & Marshall, T. (2008). *Design Dictionary : Perspectives on Design Terminology*. Birkhäuser: Board of International Research in Design, BIRD. DOI : <https://doi.org/10.1007/978-3-7643-8140-0>
- Heijer, A. D. (2013). Assessing facade value - how clients make business cases in changing real estate markets, 6-7. *Journal of Facade Design and Engineering*, 1. DOI 10.3233/FDE-130004
- Indrani, H. C. (2004). *Perancangan Suasana Hangat Pada Interior Hunian Modern*. 148.
- Mayer, B. (1992). *The Complete Book of Interior Design*. Sydney, Australia: Simon and Schuster Ltd.
- Mbake, I. N., Utomo, C., & Setijanti, P. (2015). *The Influence of Product and Facade Design towards Its Selling Price*, 1. DOI: 10.12962/J23546026.Y2015I1.1136
- O'Connor, Z. (2008). Façade colour and aesthetic response: examining patterns of response within the context of urban design and planning policy in Sydney. <http://hdl.handle.net/2123/4093>
- Ramadhani, V. M. (2018). *Preferensi Berdasarkan Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Future Market Properti Hunian*, 110.