

# MODERN WEST

Jawa Pos SELASA 8 OKTOBER | TAHUN 2019 | HALAMAN 19

## Mal, Kota Kecil Penentu Gaya Hidup Kotanya

**KETIKA** sebuah mal di kawasan Surabaya Barat melengkapi diri dengan fasilitas ibadah yang tidak kalah keren dengan *outlet-outlet* modern lain. Ketika mal itu juga punya museum. Maka, tidak berlebihan jika mal bisa disebut sebagai kota.

Kini fasilitas apa yang tidak ada di mal? Tidak hanya fasilitas mengurus SIM/STNK, layanan mengurus paspor juga tersedia. Fasilitas kesehatan tidak cuma apotek dan perawatan wajah, tetapi ada juga fasilitas praktik-praktik dokter spesialis. Bank-bank melihat potensi ekonomi yang besar di sana. Maka, bank tidak hanya menyediakan fasilitas ATM,

tetapi secara serius membuka kantor cabang di dalamnya.

Selain *travel agent*, maskapai penerbangan juga membuka layanan prima di dalam mal. Untuk ihwal kesehatan, mal menyediakan spa, tempat pijat, bahkan pusat-pusat kebugaran yang ada sejak lama seperti *gym* dan sebagainya. Selain panggung-panggung hiburan, kursus-kursus musik, nyanyi, dan tari juga merajut pelayanan prima di dalam sistem ekonomi mal itu.

Melayani itu semua, infrastruktur mal layaknya pelayanan prasarana dan sarana sebuah kota. Apalagi mal masa kini disatukan dengan model *superblock*. *Bundling*

dengan apartemen yang memiliki ratusan penghuni yang tidak cukup dengan perangkat pemerintahan model RT/RW saja.

Awalnya, mal tidak lebih dari konsep pasar biasa, tempat bertemunya pembeli dan penjual. Namun, pada perkembangannya, mal lebih dari sekadar transaksi ekonomi. Di sana juga terbuka transaksi-transaksi sosial dan kebudayaan.

Majunya ekonomi Indonesia menghadirkan tata masyarakat kelas menengah baru. Mereka memang punya kebebasan dalam mengekspresikan diri. Generasi era mereka cenderung lebih terbuka dalam menunjukkan gaya hidupnya. Mal menjadi tempat

**PINI**  
**METRO**



**FREDDY H. ISTANTO**  
Dosen Arsitektur-Interior  
Fakultas Industri Kreatif  
Universitas Ciputra

ideal untuk mawadahi kebutuhan itu. Pembentukan identitas-identitas sosial mereka diwadahi secara cerdas oleh pengelola mal. Kalau pasar tradisional menawarkan proses jual/beli benda-benda keseharian, transaksi di mal meluas lebih dari itu.

Mal menjadi ajang pembentukan gaya hidup melalui pengekspresian kepemilikan objek-objek dan simbol-simbol sosial. Piliang (1998) menyebut mereka membeli makna sosial di tempat-tempat seperti *department-department store* besar atau pusat-pusat kebugaran. Semua fasilitas itu sekarang diwadahi di sebuah tempat nyaman, berpendar cahaya keme-

wahan, serta udara sejuk yang menghanyutkan dan membuai. Namanya mal. Relasi sosial berkembang tidak sekadar karena pertemanan, bahkan relasi karena kesamaan visi dalam berbagai bidang, termasuk politik. Dulu ekspresi politik disampaikan secara terbuka di tempat-tempat umum seperti alun-alun dan taman-taman terbuka kota. Kini keberpihakan visi dan pilihan politik, antara lain, disalurkan lewat acara semacam *flash mob* yang diadakan di mal.

Pengelola mal cerdas untuk mengelola setiap momentum. Dulu yang umum adalah menghadirkan suasana menyambut hari besar keagamaan seperti

Lebaran, Natal, dan tahun baru. Kini mereka juga meluncurkan acara-acara yang tidak biasa di Indonesia. Maka, Halloween dan Hari Kasih Sayang menjadi umum bagi generasi muda.

Tidak dimungkiri bahwa mal digerakkan oleh pusran kekuatan kapitalis. Nafsu-nafsu konsumeristik juga dibangun dan digelorakan di sini. Penyediaan fasilitas ibadah yang dibangun dengan sangat bagus dan berkualitas di beberapa mal semoga menjadi bagian untuk mengimbangi nafsu dunia dan akhirat. Dan mengantarkan pada peningkatan keimanan sebagai sebuah gaya hidup. (\*)