

Pergeseran Paradigma dan Persepsi Karya Arsitektur Bagi Arsitek di Era Informasi

Bondan Prihastomo

Owner/Principal Architect at Bondan P Architect

Owner/Professional Engineer at Rancang Bangun Parama

Korespondensi penulis: bondanparchitect@gmail.com

Abstract: *In the course of time, an architectural work always undergoes a change of perception, both by the general public and among architectural practitioners. In the digital age, this is quite important. This is related to technological advances that are able to provide convenience to the designer to create an architectural masterpiece. Some architectural works have an unfinished value, because it has only one aspect of value only, that is most of the visual aspect.*

Keywords: *Paradigm, Persepsi, Arsitektur, Arsitek, Era Informasi*

Abstrak: Dalam perjalanannya, sebuah karya arsitektur selalu mengalami pergeseran nilai, baik oleh masyarakat umum maupun kalangan praktisi arsitektur. Dalam era digital, pergeseran nilai tersebut cukup signifikan. Hal ini terkait dengan kemajuan teknologi yang dianggap mampu memberikan kemudahan kepada perancang untuk membuat sebuah karya arsitektur. Beberapa karya arsitektur mempunyai nilai yang tidak tuntas, karena hanya mempunyai nilai dalam salah satu aspek saja, dimana sebagian besar aspek tersebut adalah aspek visual.

Kata Kunci: Paradigm, Persepsi, Arsitektur, Arsitek, Era Informasi.

@copyright 2018 All rights reserved

Article history:

Received: 2017-12-11

Revised 2017-12-11;

Accepted 2018-01-11;

PENDAHULUAN

Arsitektur secara umum dapat digambarkan sebagai ilmu dalam merancang lingkungan binaan. Menurut Wikipedia, arsitektur adalah seni yang dilakukan oleh setiap individual untuk berimajinasikan diri mereka dan ilmu dalam merancang bangunan. Dalam artian yang lebih luas, arsitektur mencakup merancang dan membangun keseluruhan lingkungan binaan, mulai dari level makro yaitu perencanaan kota, perancangan perkotaan, arsitektur lanskap, hingga ke level mikro yaitu desain bangunan, desain perabot dan desain produk. Arsitektur juga merujuk kepada hasil-hasil proses perancangan tersebut.

Sedangkan definisi arsitek menurut Wikipedia adalah seorang ahli di bidang ilmu arsitektur, ahli rancang bangun atau ahli lingkungan binaan. Dalam sejarah perkembangannya, arsitektur mengalami berbagai perubahan, baik dalam model, gaya, cara dan metode perancangan, hingga ke aspek fungsional. Di era digital, arsitektur mengalami perkembangan yang cukup pesat. Media digital mempunyai peran dalam hal mempublikasikan karya-karya arsitektur sehingga karya-karya tersebut dapat diakses oleh masyarakat umum dengan mudah. Hal ini menimbulkan naiknya permintaan masyarakat akan desain arsitektur, baik dalam hal perencanaan dan perancangan bangunan residensial, komersial, hingga bangunan sosial. Naiknya permintaan tersebut menyebabkan bertambahnya jumlah biro arsitek, maupun arsitek perorangan yang membuka jasa.

Dalam perkembangan lebih lanjut, dengan banyaknya biro arsitek maupun arsitek perorangan, karya arsitektur menjadi barang komoditi dalam bidang ekonomi. Persaingan tidak hanya pada kualitas karya, tetapi sampai pada persaingan harga desain. Dari fenomena tersebut, pergeseran nilai arsitektur dalam era digital lebih mengarah pada paradigma dan persepsi akan sebuah karya arsitektur, baik oleh masyarakat umum sebagai konsumen maupun oleh arsitek sebagai perancang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab dan seberapa besar efek dari pergeseran paradigma dan persepsi bagi arsitek. Untuk tujuan tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: Apakah penyebab dari pergeseran paradigma dan persepsi akan sebuah karya arsitektur bagi arsitek dalam era digital? Seberapa jauh efek yang ditimbulkan dari adanya pergeseran tersebut?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut sejarahnya, arsitektur berangkat dari perkembangan zaman, dimana fungsi sebuah bangunan memerlukan elemen lain sebagai identitas. Arsitek pada awalnya hanya merancang bangunan religius. Pada perkembangan berikutnya, arsitek mulai didaulat untuk merancang bangunan fungsional lain seperti

rumah sakit, pasar, museum dsb, selain menjadi rekan para bangsawan untuk merancang bangunan mereka.

Bersamaan dengan penggabungan berbagai bidang ilmu dan teknologi, serta perkembangan bahan material, arsitek kemudian lebih mengarah kepada estetika. Disusul kemudian oleh adanya revolusi industri yang memungkinkan kelas menengah menggunakan jasa arsitek. Dari sejarah tersebut dapat diketahui bahwa fungsi sebuah bangunan adalah awal mula munculnya arsitektur.

Architectural principle according to which the form of a building is to be derived from the function it is intended to fulfill; the schematic and technological aspect of architectural modernism (Rationalism), who see wider theoretical stance comprises also philosophical, political, social, economic, stylistic and symbolical question. (Encyclopedia of 20th Century Architecture, 112).

Di lain sisi, fungsi dalam bangunan tidak akan terpenuhi tanpa adanya bentuk, material dan teknik dalam pelaksanaannya. (Irawan Surasetja; Fungsi, Ruang, Bentuk dan Ekspresi Dalam Arsitektur). Dalam beberapa tulisan tentang paradigma dan persepsi arsitektur, dapat diketahui bahwa tidak semua bangunan adalah karya arsitektur.

Menurut Louis Khan *"...architecture really does not exist. Only a work of architecture exists. Architecture does exist in the mind. A man who does a work of architecture does it as an offering the spirit of architecture. A spirit which knows no style, knows no technique, no method. It just wait for that which presents it self. There is architecture, and it is the embodiment of unmeasurable"* (Louis Kahn. 1974. In Latour 1991:168).

Sedangkan menurut Le Corbusier, *"You employ stone, wood and concrete, and with this materials you build houses and places. That is construction. Ingenuity is at work. But suddenly you touch my heart, you do me good, I am happy and I say, "This is beautiful". That is architecture. Arts enter in.* (Le Corbusier, 1923)

Menurut Nikolaus Pevsner, *"A bicycle shed is a building. Lincoln Cathedral is a piece of architecture"*. (Nikolaus Pevsner, 1943: 15).

Dan menurut Vitruvius, *"Architecture is the union of "firmness, commodity, and delight"; it is, in other words, at once a structural*

and visual art. Without solidity, it is dangerous; without usefulness, it is merely large-scale sculpture; and without beauty, it is no more than utilitarian construction". (Vitruvius).

Dari beberapa sumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa karya arsitektur adalah sebuah bangunan yang mempunyai nilai dari gabungan beberapa aspek, baik dari aspek fungsi untuk berkegiatan, struktur untuk kekuatan, dan estetika untuk seni. Tanpa adanya salah satu aspek tersebut, sebuah bangunan belum bisa dikatakan sebagai sebuah karya arsitektur.

METODE PENELITIAN

Proses penelitian yang dilakukan meliputi pengumpulan data, analisis dan mengkonstruksi hasil analisis untuk mendapatkan kesimpulan. Hasil pengolahan data disajikan dalam bentuk deskripsi kuantitatif. Untuk analisis menuju kesimpulan dilakukan secara kualitatif.

Untuk pengumpulan data terlebih dahulu dimulai dengan survei umum untuk menentukan batasan- batasan narasumber arsitek. Dalam hal ini batasan yang diteliti adalah biro arsitek maupun arsitek perorangan yang aktif dalam media social dan terdaftar dalam search engine google. Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan interview serta pengamatan objektif. Hasil survei disajikan dengan menggunakan statistik deskriptif dan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi apa penyebab dan efek dari pergeseran paradigma dan persepsi terhadap karya arsitektur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran

Karya arsitektur saat ini menjadi salah satu komoditi bidang jasa. Semakin banyaknya jumlah biro arsitek maupun arsitek perorangan yang menjual jasa desain, membuat persaingan tidak hanya sebatas kualitas karya, namun juga pada harga atau biaya desain. Hal tersebut memicu para pelaku arsitek untuk membuat strategi pemasaran.

Berdasarkan pengamatan, pemasaran dari berbagai biro tersebut menggunakan beberapa macam :

1. Media Internet

Dalam era digital, keberadaan internet merupakan system paling efektif dalam menyebarkan informasi.

Selain mudah diakses, media ini juga tidak memerlukan biaya yang besar. Dengan internet, masyarakat bisa mendapatkan informasi yang sangat luas cakupannya dengan mudah dan cepat. Masyarakat saat ini cenderung lebih banyak mengakses internet daripada media yang lain.



Gambar 1. Komposisi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Usia

Media internet dan media social lebih banyak digunakan oleh masyarakat usia muda. Biro arsitek dan arsitek perorangan yang menggunakan media internet dan media social lebih menysasar pasar usia muda, dengan rentang usia 25 sampai 45 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif yang dianggap sudah waktunya membutuhkan jasa desain arsitektur.



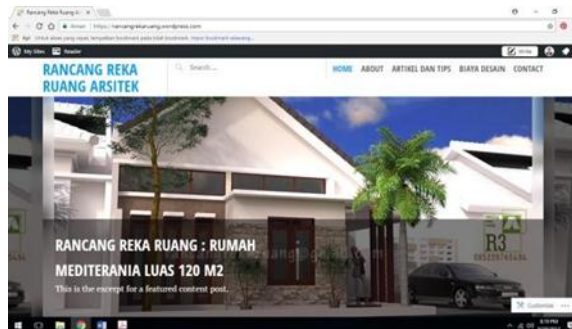
Gambar 2. Komposisi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Pekerjaan.

Dalam bidang arsitektur, masyarakat yang membutuhkan jasa arsitektur dapat menggunakan media internet untuk mencari jasa penyedia layanan arsitektur dalam mesin pencari, meskipun dari seluruh responden pengguna internet hanya 30% yang menggunakan search engine untuk mencari jasa arsitek.

Hasil yang ditampilkan cukup akurat, bergantung pada informasi yang disediakan oleh masing-masing penyedia jasa. Dari reponden penyedia jasa arsitektur yang diamati, semua menggunakan media internet dalam menyediakan informasi tentang jasa yang disediakan. Informasi tersebut berupa website, blog, fanpage, dll.



Gambar 3. Website Rancang Bangun Parama



Gambar 4. Blog Rancang Reka Ruang

Meskipun hanya sekitar 20% prosentase perbandingan jumlah project leads dengan project deal, namun sekitar 57% responden penyedia jasa internet pernah mendapatkan proyek dari internet.

Dari responden penyedia jasa arsitektur online, 40% menggunakan jasa iklan google adwords. Jasa iklan ini berguna untuk menampilkan website atau blog penyedia jasa pada halaman depan dari mesin pencari. Sehingga kemungkinan pencari jasa untuk masuk ke website atau blog penyedia jasa menjadi lebih besar.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Wikipedia).



Gambar 5. Komposisi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Jenis Konten Komersial dan Media Sosial.

Dari penyedia jasa arsitektur online, 80% menggunakan media social. Meskipun media social yang digunakan berbeda-beda, ada juga yang menggunakan lebih dari satu macam media social. Media social yang digunakan seperti facebook, twitter, dan instagram. Dari media social tersebut, arsitek dapat memajang karya juga disertai dengan deskripsi diri atau biro. Masing-masing arsitek atau biro arsitek yang menggunakan media internet dan media social mempunyai respon yang berbeda-beda baik dari segi jumlah maupun kualitas respon. Hal ini bergantung pada:

- a) Intensitas kemunculan di media internet dan media social, dengan beberapa sebab:
 1. Kelengkapan konten. Mesin pencari menggunakan kata dalam pencarian. Semakin banyak kata dalam media internet dan media social yang sesuai dengan pencarian oleh pencari jasa, akan muncul dengan intensitas lebih tinggi.
 2. Umur website atau blog. Semakin lama umur website atau blog secara otomatis mempunyai jumlah pengunjung yang lebih banyak, sehingga akan menaikkan rating dalam urutan mesin pencari.
 3. Besarnya biaya iklan / SEO. Iklan atau penggunaan SEO memungkinkan sebuah website, blog, maupun media social untuk tampil lebih sering dengan cara

khusus. Semakin besar biaya yang dikeluarkan, akan membuat website, blog, dan media social tampil lebih sering daripada yang tidak menggunakan iklan/SEO.

- b) Isi dari akun website, blog, atau media social. Pengguna atau pencari jasa arsitektur dengan media internet dan media social akan merespon dengan urutan alasan :
1. Kemudahan akses
 2. Tampilan halaman depan yang menarik.
 3. Isi, baik gambar maupun tulisan yang menarik.
 4. Harga yang tertera dalam media masih terjangkau.
- c) Harga yang ditawarkan. Layaknya penyedia jasa, arsitek atau biro arsitek menjual jasa mereka dengan istilah fee atau biaya desain. Dari seluruh responden penyedia jasa arsitektur yang ada di internet, 70% diantaranya menampilkan besaran fee desain dalam media mereka. Dari seluruh responden penyedia jasa arsitektur, 0% yang menyebutkan biaya desain sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh Ikatan Arsitek Indonesia. Semua biro tersebut memasang tariff harga yang lebih murah, bahkan ada yang jauh lebih murah daripada aturan dari IAI.

Media internet dan media social lebih banyak digunakan oleh masyarakat usia muda. Biro arsitek dan arsitek perorangan yang menggunakan media internet dan media social lebih menysasar pasar usia muda, dengan rentang usia 20 sampai 40 tahun.

2. Media Cetak

Beberapa biro arsitek atau arsitek perorangan memasarkan jasa mereka melalui media cetak. Meskipun saat ini media cetak sedikit terpinggirkan karena kemajuan media digital dan internet. Meskipun demikian, media cetak masih digunakan oleh biro arsitek maupun arsitek perorangan dalam mempromosikan

layanan jasanya. Yang cukup menarik, hanya 10% biro arsitek atau arsitek perorangan yang menggunakan iklan di media cetak, juga menggunakan iklan di media internet.



Gambar 6. Contoh Media Cetak Indonesia

Sasaran dari media cetak adalah masyarakat yang tidak begitu familiar dengan media internet, dengan prosentase paling besar adalah orang tua.

Selain biaya yang cukup mahal, iklan di media cetak terbatas dalam inovasi bentuk iklan dan tayangan. Terlebih, beberapa media cetak hanya beredar secara local di wilayah atau regional tertentu, sehingga jangkauan potensi untuk dibaca menjadi lebih kecil.

Dari beberapa biro arsitek maupun arsitek perorangan yang memasang iklan di media cetak, ada beberapa yang mencantumkan harga desain. Dan seperti halnya biro arsitek maupun arsitek perorangan yang aktif di media internet, harga desain tersebut jauh lebih rendah daripada aturan dari Ikatan Arsitek Indonesia.

3. Media Sayembara

Beberapa arsitek perorangan maupun tim, sering mengikuti dan menjuarai sayembara arsitektur. Selain mendapatkan hadiah, sayembara merupakan salah satu tolok ukur dalam menentukan kualitas karya arsitektur.



Gambar 7. Contoh Pengumuman Sayembara Arsitektur

Arsitek perorangan maupun tim yang pernah mengikuti sayembara kemudian juara, dianggap mempunyai kualitas arsitektur yang tinggi, yang kemudian dapat mendongkrak nama dan diikuti oleh naiknya tariff desain mereka.

Sayembara cukup efektif dalam menaikkan tariff desain. Namun demikian, tidak semua masyarakat paham tentang sayembara arsitektur. Sehingga, dengan tariff yang tinggi, masyarakat yang dapat menghargai sebuah karya arsitektur saja yang akan menggunakan jasa arsitek perorangan ataupun biro arsitek tersebut.

4. Media Sosialita

Sedikit berbeda dengan media social internet, media sosialita menomorsatukan relasi terutama kelas atas. Menurut Wikipedia, Sosialite adalah seseorang atau sekelompok orang yang selalu berpartisipasi dalam aktivitas sosial dan menghabiskan waktu untuk menghibur dan dihibur pada acara-acara mode kelas atas. Menurut Merriam Webster kalimat sosialite pertama kali digunakan pada tahun 1928. Menurut dua orang penulis buku, sosialita didefinisikan sebagai seseorang yang aktif bersosialisasi.

Dalam dunia arsitektur, sesuai dengan sejarah, dimana arsitek pernah menjadi kaum socialite-yang berkawan dengan para bangsawan abad pertengahan, saat ini pun hal tersebut masih terjadi. Beberapa arsitek perorangan mengeksklusifkan diri, sehingga dapat masuk ke masyarakat kelas atas. Mereka membeli mobil mahal, pakaian mahal, makan di restoran mahal dan melakukan kegiatan-kegiatan mahal untuk dapat berkenalan dan menjalin relasi dengan masyarakat kelas atas, dengan harapan untuk bisa mendapatkan order jasa arsitektur dari kelas atas tersebut.

Hal ini juga diikuti oleh kualitas dari arsitek maupun biro arsitek yang bersangkutan. Biaya yang dikeluarkan jauh lebih mahal daripada sekedar memasang iklan di media. Namun return of investment yang didapat cukup besar.

Jumlah Order Desain Per Bulan

Dari beberapa model pemasaran arsitek perorangan maupun biro arsitek tersebut diatas, tolok ukur selanjutnya dari hasil strategi pemasaran adalah banyaknya order desain yang masuk dan ditangani.

Meskipun jumlah order yang masuk tidak bisa serta merta menjadi tolok ukur keberhasilan suatu karya arsitektur yang dihasilkan, namun pergeseran paradigma dan persepsi tentang sukses tidaknya sebuah biro tertutupi oleh banyaknya jumlah order desain yang masuk, terlepas dari kualitas karya yang dihasilkan.

Sekitar 60% biro arsitek yang menjadi responden, mendapatkan order pekerjaan lebih dari 5 pekerjaan tiap bulan. Namun besar kecilnya pekerjaan tidak dipermasalahkan. Dari sejumlah responden tersebut, 100% menggunakan jasa iklan atau SEO. Selain itu menggunakan tariff desain jauh dibawah aturan yang dikeluarkan oleh IAI.

BIAYA JASA DESAIN | PROMO SAMPAI 31 DESEMBER 2017

OUTPUT GAMBAR		PAKET 1 Rp.20.000,-/m2	PAKET 2 Rp.40.000,-/m2	PAKET 3 Rp.80.000,-/m2
1	Konsultasi Denah	●	●	●
2	Konsep desain	●	●	●
3	3D Eksterior	●	●	●
4	Gambar Kerja Arsitektural		●	●
5	Gambar Kerja Struktur		●	●
6	Gambar Kerja ME		●	●
7	3D Interior			●
8	RAB			●
9	Maket Studi			

Gambar 8. Contoh Tarif Jasa Desain Arsitektur Salah Satu Responden

Dengan jumlah order yang masuk tersebut, biro arsitek atau arsitek perorangan dihadapkan pada permasalahan yaitu antara banyaknya pekerjaan dengan jumlah tim yang dapat menyelesaikan pekerjaan.

Banyaknya order yang masuk menuntut jumlah pekerja yang banyak. Namun disamping itu, pekerja yang banyak menuntut gaji yang banyak, yang tidak dapat dipenuhi oleh tariff desain yang rendah.

Jangka Waktu Pengerjaan

Pekerjaan desain memerlukan kondisi khusus agar ide-ide yang keluar adalah ide murni yang berkualitas. Kondisi psikis arsitek, kondisi lingkungan, kondisi fisik, serta aspek lain yang dapat mempengaruhi mood perancang.

Banyaknya order yang masuk, dihadapkan dengan jumlah tim yang tidak memenuhi jumlah, memaksa arsitek maupun tim untuk bekerja dengan tekanan waktu. Hal ini mempengaruhi mood dari arsitek maupun tim sehingga karya yang dihasilkan kurang optimal.

Dari responden yang diamati, sebanyak 75% menyelesaikan desain arsitektur (tanpa DED) dalam waktu 3-5 hari. Bahkan ada yang dapat menyelesaikan desain dalam hitungan jam. Salah satu responden pernah mengerjakan empat desain dalam satu hari.

Tim Arsitek

Temuan dari pengamatan, 80% karya yang dihasilkan oleh biro arsitek atau arsitek perorangan yang overload order, adalah karya yang tidak optimal. Tolok ukur dari optimalnya karya diukur dari kelengkapan, ketepatan, ketelitian dan detail karya yang dihasilkan.

Dari sejumlah responden, 70% pernah menghasilkan karya desain yang bukan dari tangan arsitek. Rata-rata dikerjakan oleh drafter yang tidak mempunyai background pendidikan arsitektur. Sehingga karya yang dihasilkan kurang memenuhi kaidah-kaidah perancangan arsitektur.

Alasan yang dikemukakan terkait dengan permasalahan diatas yaitu tariff yang rendah, order yang banyak dan tim yang tidak mencukupi.

Produk Desain

Secara umum, proses pembuatan desain arsitektur adalah konsep, pre-desain, desain, gambar kerja (DED/Detail Engineering Design). Tahapan yang begitu panjang ini seringkali menuntut waktu yang cukup lama. Dari responden yang diamati, hanya 10% yang menggunakan tahapan tersebut. 90% responden tidak menggunakan semua tahapan, bahkan ada yang hanya menggunakan satu tahapan saja.

Masing-masing tahapan mempunyai produk yang harus diserahkan kepada klien atau konsumen.

Dari hasil pengamatan terhadap responden, produk yang dihasilkan dari order desain yang masuk paling banyak 60% adalah produk yang berupa denah, gambar 3 dimensi, gambar kerja. Sedangkan prosentase yang lain, terdiri dari salah satu atau lebih produk tahapan.

Dari produk yang dihasilkan tersebut, hanya 25% yang merupakan desain lengkap termasuk desain detail arsitektural (bukan detail secara structural). Sebanyak 30% hanya menyelesaikan desain fasad bangunan, 50% menyelesaikan desain fasad seluruh sisi bangunan, dan 20% menyelesaikan fasad seluruh bangunan ditambah dengan interior sebagian ruangan.

Gambar kerja yang dihasilkan lebih kepada gambar kerja structural, mekanikal dan elektrikal. Detail- detail arsitektural tidak banyak, karena memang dalam desain tidak ada.

Hasil karya desain yang instan, memberikan kesan kesamaan desain antara proyek satu dengan lainnya. Salah satu responden menggunakan template untuk tiap desain dengan luasan yang sama. Hasil karya desain tersebut diberikan sentuhan untuk mendapatkan kesan mewah didalam gambar.

Desain yang dihasilkan tidak memperhatikan aspek lingkungan seperti kondisi tanah, kontur, site sekitar, saluran drainase, arah hadap yang berkaitan dengan sinar matahari. Dengan produk desain yang dihasilkan seperti diatas, sebanyak 80% klien dari salah satu responden puas dengan hasil desain tersebut. Sedangkan sebagian lagi membutuhkan desain tambahan yang diselesaikan oleh biro arsitek atau arsitek perorangan yang lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari paparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa, perubahan paradigma dan persepsi akan karya arsitektur bagi biro arsitek maupun arsitek perorangan merupakan suatu kondisi yang diakibatkan oleh: Persaingan antar biro arsitek atau arsitek

perorangan. Tekanan waktu dan fee desain yang rendah. Tingkat pemahaman tentang karya arsitektur oleh masyarakat awam. Tuntutan ekonomi untuk bertahan pada jenis pekerjaan yang berkaitan dengan arsitektur.

Sedangkan fenomena perubahan paradigma dan persepsi karya arsitektur ini akan dapat menimbulkan beberapa dampak : Kualitas bangunan baik secara arsitektural maupun structural dipertanyakan. Semakin memberikan pengaruh buruk kepada pemahaman masyarakat awam tentang arsitektur yang berkualitas. Memojokkan biro arsitek atau arsitek perorangan lain yang menggunakan kaidah arsitektur yang benar.

DAFTAR RUJUKAN

- Surasetja, Irawan (2007), Fungsi, Ruang, Bentuk, dan Ekspresi Dalam Arsitektur, Bahan Ajar Pengantar Arsitektur, Teknik Arsitektur, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Burhany, Nur Rahmanina (2009), Pergeseran Konsep Berarsitektur Walter Gropius, Jurnal, Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik, Universitas Tadulako.
- Talarosha, Basaria (1999), Perspesi, Suatu Fenomena Dalam Arsitektur, Karya Ilmiah, Prodi Arsitektur Universitas Sumatera Utara.
- Rahman, Nurinayat Vinky (2003), Psikologi Dalam Perkembangan Arsitektur, Jurnal, Prodi Arsitektur Universitas Sumatera Utara.
- Wikipedia, Arsitektur, Online, <https://id.wikipedia.org/wiki/Arsitektur>, diakses 19 September 2017.
- Wikipedia, Arsitek, Online, <https://id.wikipedia.org/wiki/Arsitek>, diakses 19 September 2017.
- Wikipedia, Media Sosial, https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, diakses 20 September 2017.
- Wikipedia, Sosialite, Online, <https://id.wikipedia.org/wiki/Sosialite>, diakses 21 September 2017.