

# **AUTOMOBILE SHOP CENTER DI SURAKARTA DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR METAFORA**

**Eka Ari Setiawan, Agung Kumoro, Ana Hardiana**

Program Studi Arsitektur

Fakultas Teknik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email : setiawanekaari@yahoo.co.id

---

**Abstract:** *Automobile Shop Center in Surakarta with Metaphore Architecture approach is a building which planned to be a center of place where selling new car and second car, showroom, automotive service center (car service, car body repair, genuine parts, and test drive) located in Surakarta with Metaphore Architecture approach. The problem is how to formulate the concept of Automobile Shop Center as the center of place that accommodate many activities such as new car selling and second car selling, showroom, automotive service center (car service, car body repair, genuine parts, and test drive) located in Surakarta with applied Metaphore Architecture approach on this building form. Metaphore Architecture approach could be applied on Automobile Shop Center building form, have the main purpose to strengthen the perception and interpretation of the viewer about what is this building function and what is this building could do.*

**Keyword:** *Place where selling new car and second car , Metaphore Architecture approach*

---

## **1. PENDAHULUAN**

Mobil merupakan salah satu alat transportasi darat yang diminati oleh masyarakat di Indonesia pada khususnya dan di dunia pada umumnya. Pada umumnya masyarakat membeli mobil untuk menikmati dua fungsi, yaitu sebagai sarana untuk mengantarkan penumpang dari satu tempat ke tempat yang lain dan mengangkut barang-barang dalam kegiatan kerja sehari-hari, sedangkan fungsi lainnya adalah untuk mendapatkan suatu *prestige* yang akan memberikan kepuasan tersendiri bagi seseorang yang memiliki dan menaiki mobil tersebut.

Kebutuhan kendaraan bermotor (otomotif) di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan pertumbuhan yang semakin meningkat, baik untuk keperluan pribadi, niaga, maupun transportasi umum.

Tuntutan akan kendaraan bermotor ini terasa sekali terutama di sejumlah kota besar di Indonesia. Hal ini terjadi karena semakin membaiknya perekonomian rakyat Indonesia, kegiatan kerja masyarakat yang semakin intensif dan berbagai jenis pilihan kendaraan bermotor yang ada serta dikarenakan banyak

bank yang memberikan jasa kredit kepemilikan kendaraan bermotor.

Dengan terbitnya peraturan baru mengenai penurunan suku bunga di sejumlah perbankan, menyebabkan meningkatnya penjualan otomotif khususnya mobil di Surakarta. Tidak hanya itu, kondisi Kota Surakarta yang aman dan nyaman membuat permintaan mobil semakin meningkat. Hal tersebut diungkapkan ketua Masyarakat Otomotif Surakarta (Most), Ibnu Sahoer. Beliau mengatakan bahwa untuk menuju Kota Surakarta sebagai kota metropolitan bisa terealisasi mengingat kondisi penjualan mobil di Surakarta paling tinggi dibanding dengan daerah lain di eks karesidenan Surakarta

(Sumber:<http://berita/penjualan-mobil-tumbuh-positif-62168.html>, diakses tanggal 5 Maret 2013 jam 20.10 WIB ).

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, perlu adanya satu tempat yang mampu mewadahi kegiatan yang berhubungan dengan otomotif mobil yang mencakup kegiatan penjualan mobil baru dan bekas, pameran mobil, kegiatan pelayanan jasa otomotif mobil yang meliputi *service, body repair, body salon*, suku cadang, dan *test drive* dalam satu masa bangunan di Kota Surakarta.

## 2. METODE

Metode pembahasan yang dilakukan untuk tahapan pembuatan konsep perencanaan dan perancangan *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora sebagai berikut.

### 2.1 Penelusuran Masalah

Tahap penelusuran masalah merupakan pemberangkatan ide awal untuk mengangkat tema / topik yang terpilih untuk penulisan konsep perencanaan dan perancangan *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora.

### 2.2 Metode Pengumpulan Data dan Informasi

Pada tahap pengumpulan data dan Informasi dilakukan dengan 2 cara sebagai berikut.

#### 2.2.1 Study Literatur

1. Merupakan *study* mencari data dan informasi melalui media elektronik internet untuk mendapatkan isu yang sedang berkembang serta berita yang berhubungan dengan *Automobile, Shop Center, Dealer*, Kota Surakarta, serta Arsitektur Metafora yang nantinya dapat dijadikan data untuk membantu menyusun konsep perencanaan dan perancangan *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora.
2. Pustaka, berupa referensi buku buku teori yang berhubungan dengan bangunan yang akan direncanakan ini seperti buku referensi *Design in Architecture, Time Sarvers Standart for Building Types 2nd Edition*, Data Arsitek Jilid 2, *Indonesia Shoping Centers*, Kamus Umum Bahasa Indonesia, dan Struktur.

#### 2.2.2 Survey Lapangan

*Survey dealer* mobil Honda Solo Baru pada tanggal 23 Januari 2013, *survey dealer* Nasmoco Toyota Solo pada tanggal 23 April 2013, dan *survey* bursa mobil bekas di Sriwedari pada tanggal 15 Maret 2013.

### 2.3 Analisis Pendekatan Konsep

Menganalisis dan mengidentifikasi data yang diperoleh dari *study literatur*, *study observasi*, dan *survey* untuk melihat permasalahan yang timbul dan dapat dirumuskan persoalan dalam perencanaan dan

perancangan *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora.

### 2.4 Metode Sintesis Data

Tahap sintesis penyatuan antara keseluruhan data dan hasil analisis untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Data dan analisis diolah dengan ketentuan atau persyaratan perencanaan dan perancangan yang pada akhirnya seluruh hasil olahan dikembangkan menjadi konsep rancangan yang siap ditransformasikan pada bentuk fisik yang dikehendaki.

### 2.5 Konsep Perencanaan dan Perancangan

Proses analisis dan sintesa arsitektural akan dihasilkan beberapa konsep yaitu konsep lokasi dan tapak, konsep peruangan, konsep tampilan bangunan, konsep utilitas, dan struktur bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora.

## 3. ANALISIS

### 3.1 Analisa Pelaku dan Kegiatan

#### 3.1.1 Analisa Pelaku Kegiatan

Pelaku kegiatan terdiri dari :

1. Mobil baru
2. Mobil bekas
3. Pengelola mobil baru
4. Pengelola mobil bekas
5. Pengelola bengkel
6. Calon penjual mobil bekas
7. Penyewa
8. Pengunjung

#### 3.1.2 Analisa Kegiatan

1. Kegiatan pengelolaan
2. Kegiatan pameran mobil
3. Kegiatan penjualan mobil baru
4. Kegiatan penjualan mobil bekas
5. Kegiatan *service* mobil
6. Kegiatan *body repair* mobil
7. Kegiatan *body salon* mobil
8. Kegiatan penjualan suku cadang
9. Kegiatan *test drive*

### 3.2 Analisa Besaran Ruang

**Tabel 1.** Rekapitulasi Besaran Ruang

---

Kelompok	Luas (m <sup>2</sup> )
Penerima	4294,2m <sup>2</sup>
Pengelola mobil baru	961,77m <sup>2</sup>
Pengelola mobil bekas	359,11m <sup>2</sup>
Pengelola bengkel	350,82m <sup>2</sup>
Pameran	1062,712m <sup>2</sup>
Service mobil	4828,12m <sup>2</sup>
Body repair	4781,78 m <sup>2</sup>
Body salon	552,46 m <sup>2</sup>
Penjualan suku cadang	412,78 m <sup>2</sup>
Test drive	10000 m <sup>2</sup>
Penunjang	502,34 m <sup>2</sup>
Service bangunan	311,32m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>36.309,092 m<sup>2</sup></b>

### 3.3 Analisa Tapak

Tapak berada di Kalurahan Jajar, Kecamatan Laweyan, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia memiliki luas 48.986 m<sup>2</sup>.

1. Terletak pada fungsi kawasan perdagangan dan jasa serta bukan *area* konservasi.
2. Strategis, terletak di tepi jalan arteri primer yaitu Jalan Adi Sucipto yang ramai dilalui pengguna jalan.
3. Mudah dalam pencapaian dari luar kota seperti kota Yogyakarta dan Semarang.



Gambar 1. Eksisting Tapak  
(www.wikimapia.com)

Utara : Jalan Adi Sucipto  
 Timur : PT.Tobacco Indonesia, ruko, rumah warga  
 Selatan : Rumah warga  
 Barat : Rumah warga

### 3.4 Analisa Pendekatan Metafora pada Desain

#### 3.4.1 Bentuk Bangunan

Bangunan *Automobile Shop Center* yang direncanakan di Surakarta ini berusaha mengaplikasikan pendekatan Arsitektur Metafora pada bentuk massa bangunan. Arsitektur Metafora di mana Arsitektur dikaitkan dengan gaya bahasa, antara lain dengan cara Metafora. Metafora sebagai kode

yang ditangkap pada suatu saat oleh pengamat dari suatu obyek dengan mengandalkan obyek lain dan bagaimana melihat suatu bangunan sebagai suatu yang lain karena adanya kemiripan (Jencks, 1991: 40). Aplikasi pendekatan Arsitektur Metafora tersebut melalui suatu proses analogi yang di dalamnya terdapat unsur *analog* dan *dianalog* (Broadbent, 1980: 329).

Unsur *analog* tersebut berupa mobil dan knalpot yang dijadikan sebagai obyek acuan bentuk bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta. Bentuk mobil diaplikasikan pada bentuk massa bangunan penjualan yang bertujuan untuk menguatkan persepsi dan interpretasi pengamat terhadap fungsi bangunan itu dan apa yang dilakukan oleh bangunan itu, sehingga publik akan tertarik untuk mengunjungi bangunan *Automobile Shop Center* ini. Hal ini karena kecenderungan manusia melihat fungsi bangunan dari segi fisik (bentuk, warna, dan ekspresi bangunan). Sedangkan bentuk knalpot diaplikasikan pada bentuk bangunan bengkel bertujuan juga untuk menguatkan persepsi dan interpretasi pengamat terhadap fungsi bangunan itu dan apa yang dilakukan oleh bangunan itu, sehingga publik akan tertarik untuk mengunjungi bangunan *Automobile Shop Center* ini. Selain itu, bentuk knalpot yang diaplikasikan pada bentuk bangunan bengkel didasari karena kegiatan di dalam bengkel berkaitan dengan pengoprasian *spare part* / onderdil mobil yang salah satunya adalah knalpot.



Gambar 2. Analog Bentuk Mobil  
(www.3Dwarehouse.com)



Gambar 3. Analog Bentuk Knalpot  
(www.google.com)

#### 3.4.2 Ekspresi Massa Bangunan

Bangunan *Automobile Shop Center* didesain dengan menampilkan ekspresi dari

masing masing merek mobil yang diwadahi seperti Toyota, Daihatsu, Honda, Nissan, Mitsubishi, dan Suzuki dengan perwujudan warna bangunan yang menggunakan warna merah, biru, kuning, silver, dan putih yang diterapkan pada material alumunium komposit panel serta penggunaan material berupa kaca yang memperlihatkan pajangan mobil ke luar.



Gambar 4. Ekspresi Massa Bangunan

Selain itu ekspresi massa bangunan didesain sedemikian hingga dengan ketinggian yang cukup tinggi untuk memberikan kesan agung dan luas karena terkait dengan kegiatan yang diwadahi di dalamnya sangat banyak.

### 3.4.3 Ruang

#### 3.4.3.1 Analisa Ruang Dalam

##### 1. Plafon

Pemasangan plafon pada masa bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta yang berfungsi mewadahi kegiatan penjualan dan kegiatan pameran mobil didesain dengan permainan plafon naik dan turun dengan menggunakan material *gypsum* dan rangka *hollow metalfuring*. Sedangkan pada masa bangunan bengkel tidak menggunakan plafon.



Gambar 5. Plafon Gypsum rangka *Hollow Metalfuring*  
(www.google.com)

##### 2. Dinding

Dinding pada masa bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta yang berfungsi mewadahi kegiatan penjualan dan

kegiatan pameran mobil didesain sedemikian hingga menunjukkan kesan luas dan tidak terbatas dengan penerapan warna 1 jenis seperti warna putih. Bahan material dinding dengan menggunakan pasangan *Hebbel*. Selain itu warna putih juga memberikan kesan bersih sehingga membuat pengunjung merasa nyaman dan betah ketika berada dalam bangunan ini. Sedangkan dinding pada masa bangunan bengkel sebagian didesain dengan menggunakan material keramik bertujuan agar memudahkan dalam hal *maintenance* pembersihan oli / kotoran ketika menempel pada dinding.

##### 3. Lantai

Lantai pada masa bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta yang berfungsi mewadahi kegiatan penjualan dan kegiatan pameran mobil didesain dengan menggunakan material granit, sedangkan lantai pada masa bangunan bengkel didesain dengan penggunaan material keramik.

#### 3.4.3.2 Analisa Ruang Luar

Ruang luar atau ruang terbuka terkait dengan penataan *landscape* yang meliputi *test drive area* dan penataan tanaman yang difokuskan pada jenis tanaman anti polutan, anti kebisingan / *noise*, serta penambah *view*. Selain itu adanya *sculpture* mobil untuk lebih menguatkan identitas bangunan *Automobile Shop Center* di Surakarta sebagai bangunan yang memiliki fungsi sebagai pusat otomotif mobil.

### 3.5 Analisa Sistem Struktur dan Utilitas

#### 3.5.1 Sistem Struktur

*Sub structure* menggunakan pondasi tiang pancang jenis *minipile* dan penggunaan pondasi setempat berupa pondasi *footplat* dengan bahan material berupa beton bertulang K225.



**Gambar 6.** Pondasi Tiang Pancang  
(www.google.co.id/imgres?q=pondasi)

*Upper Structure* dengan menggunakan sistem *structure rigid frame* yang terdiri dari balok induk, balok anak, kolom, sloof, dinding, dan plat lantai.



**Gambar 7.** Sistem Struktur *Rigid Frame*  
(www.google.co.id/imgres?q=rigidframe)



**Gambar 8.** Sistem Struktur *Shell*  
(www.google.com-struktur-cangkang-beton)

*Roof Structure* dengan menggunakan rangka baja berongga dengan sistem struktur *space frame* dan *truss frame*. Penutup atap dengan menggunakan *spandek colourbound*.



**Gambar 9.** Sistem Struktur *Space Frame*  
(www.spaceframe-bentanglebar.com)

### 3.5.2 Analisa Utilitas

Sistem pengolahan limbah

#### 3.5.2.1 Air Kotor Padat

Air kotor padat berupa tinja dari *closet* / WC dibuang untuk dialirkan menuju ke *septic tank*, kemudian diteruskan ke peresapan.

#### 3.5.2.2 Air Buangan

Air buangan berupa air kotor cair dari kamar mandi dan *wastafel* dibuang untuk

dialirkan menuju ke bak kontrol dan diteruskan ke riol kota. Sedangkan air buangan yang berasal dari *floordrain* musholla dialirkan menuju ke sumur resapan.

#### 3.5.2.3 Air Limbah Cucian Mobil

Air limbah cucian mobil dialirkan menuju ke bak penampung limbah sabun untuk mengalami *treatment* khusus berupa pengendapan, penyaringan, dan pengikatan *ammonia* dan *asam fosfat* untuk menjadi air bersih kembali untuk selanjutnya diteruskan menuju sumur resapan menjadi air bersih.

#### 3.5.2.4 Oli Bekas

1. Oli bekas yang berceceran  
Oli bekas yang berceceran pada lantai bengkel dialirkan melalui selokan / *grill* oli menuju ke bak penampungan oli .
2. Oli bekas yang masih bisa digunakan.  
Oli bekas yang masih digunakan merupakan oli yang langsung dikeluarkan dari mobil untuk ditampung pada tabung oli bekas pada saat *service* rutin berlangsung. Setelah itu dipindahkan pada *drum* oli bekas pada ruang penyimpanan oli bekas.

### 3.5.3 Air Hujan

Air hujan yang jatuh pada lokasi tapak sebagian akan dibuang menuju sumur resapan, dan sebagian lagi dibuang menuju bak kontrol dan selanjutnya diteruskan menuju riol kota.

### 3.5.4 Asap / *Smoke* Bengkel

Untuk asap yang ke luar melalui knalpot mobil pada saat dicoba, disalurkan melalui selang karet yang berada pada setiap *stand service* untuk dibuang menuju ke udara.

### 3.5.5 Sampah

Pembuangan sampah dengan memisahkan sampah menjadi 3 bagian yaitu sampah organik, anorganik, dan sampah berbahaya / beracun.

## 4. KESIMPULAN

Dari berbagai analisis di atas maka didapatkan kesimpulan berupa keputusan desain *Automobile Shop Center* di Surakarta dengan pendekatan Arsitektur Metafora sebagai berikut ini.

#### 4.1 Perspektif Kawasan

Akses masuk dan akses keluar tapak didesain terpisah dan diletakkan menghadap Jalan Adi Sucipto. Sedangkan akses masuk dan akses ke luar samping diletakkan menghadap Jalan Siwalan. Selain itu, pada tapak juga didesain dengan adanya akses darurat yang menghadap ke Jalan Apel III (lihat pada gambar 8).



**Gambar 10.** Perspektif Kawasan *Automobile Shop Center* (dari arah utara site)

#### 4.2 Eksterior

Gubahan massa bangunan penjualan didesain dengan bentuk metafora dari sebuah mobil. Fungsi masa bangunan ini sebagai tempat untuk pameran mobil penjualan mobil baru dan bekas. Sedangkan pada masa bangunan bengkel berbentuk knalpot.



**Gambar 11.** Massa Bangunan Penjualan Berbentuk Mobil



**Gambar 12.** Massa Bangunan Bengkel yang Berbentuk Knalpot

#### 4.3 Landscape

Penataan *fountain* dan tanaman yang diletakkan menghadap Jalan Adi Sucipto untuk menambah *view* dari luar tapak dan menunjukkan identitas *Automobile Shop Center* serta bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung (lihat gambar 13).



**Gambar 13.** Fountain dan Tanaman

Desain *test drive* yang melengkapi tata *landscape* untuk menyediakan fasilitas uji jalannya mobil (lihat gambar 14).



**Gambar 14.** Test Drive Area

#### 4.4 Detail Ornament Fountain Mobil

Penggunaan ornament berupa *fountain* mobil yang diletakkan pada bagian depan pintu masuk untuk menarik perhatian publik, menambah *view*, dan memperkuat kesan metafora (lihat pada gambar 15).



**Gambar 15.** Detail Ornament Mobil

#### 4.5 Interior

Penataan elemen interior didesain sedemikian hingga dapat menarik perhatian pengunjung, nyaman, dan tidak bosan dengan

perwujudan desain mulai dari desain plafon, permainan warna yang menunjukkan identitas perusahaan, lantai, cahaya lampu, *background*, dan *wallpaper* dinding serta tata *street picture* pada dinding untuk menambah *view* dan membuat suasana ramai / meriah pada bangunan *Automobile Shop Center* (lihat pada gambar 16, gambar 17, gambar 18, dan gambar 19).



Gambar 16. Interior Ruang Pengelola Penjualan



Gambar 17. Interior Show Room / Ruang Pameran



Gambar 18. Interior Ruang Pengelola Bengkel



Gambar 19. Interior Ruang Suku Cadang

Pada interior ruang bengkel, didesain sedemikian hingga dapat membuat suasana ruang bengkel menjadi nyaman untuk bekerja melakukan *service*, *body repair*, dan *body salon* mobil. Penggunaan struktur *trus frame* baja di bagian atas bengkel sebagai jalur utilitas kabel, lampu, dan selang *compressor* dari masing masing merek perusahaan. Serta penataan *street picture* pada masing masing *stand service* mobil yang menunjukkan gambar perlakuan *service* secara *standart*. Penggunaan keramik pada lantai dan dinding untuk mencegah meresapnya oli ke tanah serta untuk mempermudah *maintenance* dalam hal kebersihan bengkel.



Gambar 20. Interior Ruang Bengkel Service Mobil



Gambar 21. Interior Ruang Body Repair Mobil



Gambar 22. Interior Ruang Body Salon Mobil

## REFERENSI

Anonim. "Berita Penjualan Mobil". 8

- Januari 2012, diakses 5 Maret 2013 jam 20.10 WIB. <http://berita/penjualan-mobil-tumbuh-positif-62168.html>.
- Broadbent, Geoffrey. 1980. *Design in Architecture*. Chicester: John Wiley and Sons.
- Chiara, de Joseph & Callender, John. 1983. *Time Sarvers Standart for Building Types 2nd Edition*. Mc.Graw Hill: USA.
- <http://berita/penjualan-mobil-tumbuh-positif-62168.html>, diakses tanggal 5 Maret 2013 jam 20.10 WIB
- Jencks, Charles. 1991. *The Language of Post Modern Architecture*. New York: Rizzoli.
- Neufert, Ernst. 1936. *Data Arsitek Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2007. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Santoso, Suwito. 2006. *Indonesia Shopping Centers*. Jakarta: PT. Griya Asri Prima.
- Schodek, Daniel L. 1999. *Struktur*. Jakarta: Erlangga.
- [www.google.com](http://www.google.com)-struktur-cangkang –beton, diakses tanggal 1 Juli 2013
- [www.google.co.id/imgres?q](http://www.google.co.id/imgres?q) =rigidframe, diakses tanggal 23 Juni 2013.
- [www.google.co.id/imgres?q](http://www.google.co.id/imgres?q) =pondasi, diakses tanggal 11 Juni 2013.
- [www.spaceframe-bentanglebar .com](http://www.spaceframe-bentanglebar.com), diakses tanggal 1 Juli 2013.
- [www.wikimapia.com](http://www.wikimapia.com), diakses tanggal 27 Mei 2013.
- [www.3Dwarehouse.com](http://www.3Dwarehouse.com), diakses tanggal 9 Juni 2013.
-