



ARSITEKTURA

JURNAL ILMIAH ARSITEKTUR DAN LINGKUNGAN BINAAN

ISSN 1693-3680

E-ISSN 2580-2976

available online <https://jurnal.uns.ac.id/Arsitektura>



9 772580 297002

Volume 19 Issue 1 April 2021, pages:157-166

Identifikasi Penerapan Unsur-Unsur *Iconic* Jawa pada Bangunan Hotel di Surakarta

Identification of Javanese Iconic Elements Application in Hotel Buildings Surakarta

Anita Dianingrum^{1*}, Titis Srimuda P², Maya Andria N³, Moh. Muqoffa⁴, Pratiwi Anjar S⁵

Department Architecture, Faculty of Engineering, Universitas Sebelas Maret^{1*}

anita.dianingrum@staff.uns.ac.id

Department Architecture, Faculty of Engineering, Universitas Sebelas Maret^{2 3 4 5}

DOI: <https://doi.org/10.20961/arst.v19i1.46023>

Received: November 27,2020 Revised: April 11,2021 Accepted: April 18,2021 Available online: April 30,2021

Abstract

City branding is an effort to build an identity about a city and providing opportunities for the realization of regional development both in terms of economy and tourism. Branding can be realized through all forms of parts of the city that have distinctive characteristics that are influenced by physical and non-physical characteristics. "Solo the Spirit of Java" means that "Solo is the soul of Java" which reflects the depth of meaning of the cultural, artistic and historical roots of Solo. Since branding was established and legalized, several things have been done by the city government, one of the efforts are regarding physical characteristics is clearly visible in several buildings including cultural heritage buildings. Javanese iconic elements are deliberately preserved as a form of preservation and branding. This research was conducted to identify the application of Javanese iconic elements in hotel buildings in Surakarta. The method used in this study is collecting secondary data and observing to identify the application of Javanese iconic elements in buildings. The results illustrate that the application of Javanese iconic elements in hotel buildings is not optimal. It is because the visual view of building has not been able to attract attention, so it does not have a strong character. This needs more attention to all relevant stakeholders to improve the image or character of the building so that it can become a city branding that can strengthen the identity of Surakarta City through physical characteristics.

Keywords: *hotel building, Javanese iconic, Solo the Spirit of Java, Surakarta*

1. PENDAHULUAN

Surakarta atau yang lebih dikenal dengan nama "Solo" merupakan kota kedua terbesar di provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas wilayah ± 44 km² dengan jumlah penduduk ±500 ribu jiwa. Berada di antara gunung Merapi, Merbabu, dan Lawu, serta dibatasi oleh

Sungai Bengawan Solo dan dibelah oleh Sungai (kali) Pepe. Secara geografis dan administratif Solo berlokasi di tengah eks-Karisidenan Surakarta yang wilayahnya meliputi Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten (Subosukowonosraten).

Sebagai kota yang sudah berusia lebih dari 250 tahun, Kota Surakarta memiliki kekayaan

potensi kultur budaya yang sangat besar. Kota ini memiliki sejarah yang panjang hingga membentuk kultur budaya yang sangat berciri khas (Mustika, 2017). Solo mendapat predikat sebagai kota budaya sekaligus daerah tujuan wisata karena adanya berbagai macam kegiatan kesenian dan upacara ritual yang dilaksanakan Keraton Kasunanan maupun Mangkunegaran. Banyak wisatawan domestik maupun mancanegara yang menjadikan Solo sebagai tempat tujuan wisata. Karena Solo kaya akan warisan budaya lokal yang meliputi kemegahan budaya dan sejarah kerajaan. Karaton Surakarta dan Puri Mangkunegaran dijadikan perwakilan budaya Jawa untuk terus dilestarikan demi kelangsungan warisan dari masa lalu dan sejarah (Rahajeng, 2007).

City branding merupakan sebuah upaya untuk membangun identitas sebuah kota. *Branding* bertujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan potensi sebuah kota kepada masyarakat umum baik dalam atau luar negeri (Rahajeng, 2007). *Branding* digali dari potensi yang dimiliki oleh suatu kota atau wilayah yang dapat dijadikan sebagai suatu identitas. Lahirnya identitas kota akan memberikan peluang bagi terwujudnya pengembangan wilayah baik dari segi perekonomian maupun pariwisata. *Branding* dapat diwujudkan melalui segala bentuk dari bagian kota yang memiliki karakteristik yang khas yang dipengaruhi oleh karakteristik fisik dan non fisik. Lebih rinci yang dimaksud dengan karakteristik fisik adalah berupa penerapan unsur ataupun elemen *branding* ke dalam bentuk- bentuk fisik secara visual atau bendawi. Sedangkan karakteristik non fisik adalah berupa non bendawi ataupun berupa penerapan kebijakan yang mengatur aktifitas tertentu. Sehingga akan terasa bahwa kegiatan ataupun aktifitas yang terbentuk kental dan erat kaitannya dengan unsur - unsur *city branding* (Mustika, 2017).

Solo the Spirit of Java merupakan *branding* yang dicanangkan dan resmi diluncurkan oleh pemerintah Surakarta sejak tahun 2007. Peluncuran slogan "Solo The Spirit of Java" adalah salah satu usaha untuk mengomunikasikan potensi wilayah. *The Spirit of Java* mengandung arti bahwa "Solo merupakan jiwanya Jawa" yang mencerminkan kedalaman makna akan akar budaya, seni dan sejarah kota Solo (Rahajeng, 2007). Sejak

penetapan pengesahan Solo *The Spirit of Java* sebagai *city branding* banyak hal yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota untuk membentuk karakteristik sesuai *branding* (baik karakteristik fisik maupun karakteristik non fisik). Diharapkan langkah atau upaya tersebut bisa menciptakan magnet tersendiri untuk menarik wisatawan sekaligus investor baik dari dalam maupun luar negeri demi tercapainya perkembangan daerah. Upaya yang telah dilakukan pemerintah terkait karakteristik fisik sangat terlihat jelas di beberapa bangunan yang ada di kota Surakarta tak terkecuali di beberapa bangunan cagar budaya. Banyak unsur – unsur atau elemen *iconic* Jawa yang sengaja tetap dipertahankan sebagai bentuk pelestarian dan *branding*. Salah satunya penerapan unsur-unsur atau elemen *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta. Hotel merupakan salah satu elemen kepariwisataan yang mampu mempromosikan dan mengenalkan *branding* untuk menarik wisatawan. Ditambah lagi kota Surakarta (Solo) terletak di pertemuan antara jalur selatan Jawa dan jalur Semarang Madiun, yang menjadikan posisinya strategis sebagai kota transit. Jalur kereta api dari jalur utara dan jalur selatan Jawa juga terhubung di kota ini.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi penerapan unsur-unsur atau elemen *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Bambang Widodo dan Mite Setiansah (2014) yang berjudul "Strategi Pencitraan Kota (*city branding*) Berbasis Kearifan Lokal", bahwa *branding* seringkali masih terjebak pada aktivitas yang sifatnya artifisial dan tidak relevan dengan karakteristik kota atau tidak mengintegrasikan jargon dengan *masterplan* pembangunan kota. Padahal penggunaan jargon atau iklan atau sejenisnya merupakan tahapan kedua/sekunder dari proses pencitraan kota. Tahapan utama atau justru yang menjadi tahapan primer salah satunya adalah pada pengelolaan ruang atau infrastruktur kotanya. *City Branding* menjadi salah satu strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing, hal ini menunjang penelitian Andre Rahmanto (2014) terkait dengan *City Branding* yang dijadikan sebagai kebijakan komunikasi oleh Pemerintah Kota Surakarta. Strategi *city branding* dipakai untuk meningkatkan daya saing yang seringkali

rendahnya daya saing diakibatkan oleh minimnya pengetahuan (*awareness*) investor maupun wisatawan terhadap potensi daerah suatu kota. Potensi sejarah dan budaya yang dimiliki oleh kota Solo sendiri juga menjadi magnet untuk dapat dijadikan sebagai sebuah *branding*. Hal ini mendukung penelitian Praditiya Budi Laksana dkk (2015) tentang strategi pemasaran pariwisata kota Surakarta melalui *city branding*. *Branding* yang diciptakan diharapkan mampu menguatkan konten kebudayaan Jawa seperti batik, kesenian, atau corak bangunan Jawa. Sehingga identifikasi penerapan unsur/elemen *iconic* Jawa pada penelitian ini penting dilakukan karena dapat dijadikan sebagai upaya *branding* sekaligus pelestarian terhadap aset budaya atau seni yang dimiliki kota. Bangunan hotel dipilih sebagai obyek penelitian kali ini, karena hotel merupakan elemen kepariwisataan yang terdekat dengan wisatawan. Melalui penerapan unsur *iconic* Jawa pada bangunan hotel, diharapkan mampu menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke kota Surakarta (Solo).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi penerapan unsur-unsur atau elemen *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta. Manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dengan dilakukannya identifikasi terkait penerapan unsur-unsur atau elemen *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta dapat menjadi suatu rekomendasi bagi para *stakeholder* terkait, sebagai upaya memperkuat *branding* dari segi karakteristik fisik, melestarikan seni dan budaya serta sebagai upaya pelestarian aset cagar budaya yang dimiliki oleh kota Surakarta.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan mengidentifikasi unsur-unsur *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta. Terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaan penelitian, antara lain :

Tahap 1. Persiapan - Kajian literatur

Pada tahap ini akan dilakukan kajian literatur terkait unsur-unsur *iconic* Jawa secara teoritis yang akan dijadikan sebagai variabel penelitian yang akan digunakan untuk alat identifikasi

pada tahap analisis data. Pembahasan kali ini, peneliti hanya mengkaji unsur-unsur *iconic* Jawa pada aspek eksterior bangunan (yang dapat secara visual ditangkap oleh indra mata). Karena kesan yang pertama kali muncul pada saat melihat sesuatu adalah yang ditangkap oleh indra mata, ini menjadikan karakter yang menarik perhatian mata, sehingga perlu untuk lebih diekspos keberadaannya dan dapat menjadi karakter pembeda.

Tahap 2. Pengumpul data sekunder & primer

Pengumpulan data sekunder berupa data bangunan hotel di Surakarta beserta dokumen yang terkait lainnya maupun foto – foto dari bangunan. Metode tambahan berupa observasi lapangan secara sederhana dengan mengamati bentuk dan eksterior bangunan dan mendokumentasikannya melalui foto.

Tahap 3. Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data berupa identifikasi terkait penerapan unsur-unsur *iconic* Jawa pada bangunan hotel yang dijadikan studi kasus dalam penelitian. Variabel yang digunakan pada tahap analisis penelitian ini adalah pada aspek Eksterior yang meliputi bentuk bangunan, material bangunan, dan ornamen bangunan.

Tahap 4. Rekomendasi

Tahap ini merupakan penarikan kesimpulan dari hasil analisis data terkait penerapan unsur-unsur *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta.

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Tim Ahli Bangunan Gedung kota Surakarta. Dokumentasi foto bangunan sebagai data tambahan telah diambil secara langsung melalui metode observasi sederhana dengan pengamatan bentuk dan eksterior bangunan.

Analisa dilakukan dengan mengidentifikasi penerapan unsur-unsur *iconic* Jawa pada eksterior bangunan hotel dilihat dari aspek bentuk bangunan, material bangunan, dan ornamen bangunan.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah bangunan hotel yang ada di Jalan Slamet Riyadi (jalan raya utama kota Surakarta) antara lain Hotel Anugerah Palace (HAP), Hotel Sala View, The Royal Surakarta Heritage Hotel, Hotel Saripetojo, dan Alila Hotel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan pembahasan dan hasil identifikasi penelitian.

3.1 Kajian Literatur

Arsitektur sebagai Identitas

Bangunan yang memiliki karakter akan membuat bangunan terlihat berbeda dan memiliki nilai tersendiri, hal ini memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk identitas suatu wilayah/kota (Ginting & Wahid, 2016). Semakin kuat karakter khas suatu bangunan semakin kuat juga *image* yang akan tercipta (Ginting & Priatna, 2019). Bangunan berkarakter akan mempunyai daya tarik visual yang sangat baik serta akan menimbulkan kesan mental yang kuat bagi orang yang melihatnya (Hartshorn, 1992). Kesan yang pertama kali muncul pada saat melihat sesuatu adalah yang ditangkap oleh indra mata, ini menjadikan karakter yang menarik perhatian mata, sehingga perlu untuk lebih diekspos keberadaannya dan dapat menjadi karakter pembeda.

Visual Arsitektur

Kekhasan bangunan muncul dari unsur-unsur pembentuk dan detail-detail pembentuk bangunan. Aspek visual pada suatu desain arsitektur merupakan sesuatu hal yang penting untuk dilakukan karena aspek inilah yang akan langsung ditangkap oleh mata saat pertama kali melihat suatu objek. Jika dikaitkan dengan unsur-unsur pembentuk bangunan, ada lima elemen yang harus dikaji dalam mengidentifikasi dan klasifikasi bangunan yaitu bentuk masa bangunan, komposisi tampak, pintu dan jendela, elemen dan detail, serta warna dan kombinasi (Parolek, 2008). Kelima elemen tersebut merupakan unsur yang ada pada tiap bangunan tapi bisa menjadi pembeda yang signifikan pada tiap-tiap bangunan. Pengaturan elemen-elemen ini bisa digunakan untuk menciptakan identitas tersendiri pada bangunan jika dilakukan secara berulang (Ginting & Priatna, 2019).

Arsitektur Jawa - Surakarta

Budaya atau lokalitas dari suatu daerah merupakan modal yang dapat dijadikan sebagai titik mula dari menciptakan suatu identitas. *Solo the Spirit of Java* merupakan slogan yang melekat dan merepresentasikan lokalitas dari

kota Surakarta. *The Spirit of Java* mengandung arti bahwa “Solo merupakan jiwanya Jawa” yang mencerminkan kedalaman makna akan akar budaya, seni dan sejarah kota Solo (Rahajeng, 2007).

Spirit dari slogan *The Spirit of Java* dimunculkan melalui berbagai macam potensi budaya yang dimiliki oleh kota Surakarta, baik berupa sejarah, arsitektur bangunannya, bermacam jenis kesenian serta karakter sosial masyarakatnya. Dalam tinjauan lokalitas Surakarta beberapa aspek yang diangkat sebagai pedoman perencanaan pada desain adalah potensi setempat yang memiliki karakter dan ciri yang khas yang dapat memperkuat identitas dan jati diri (Kertiyasa, 2011).

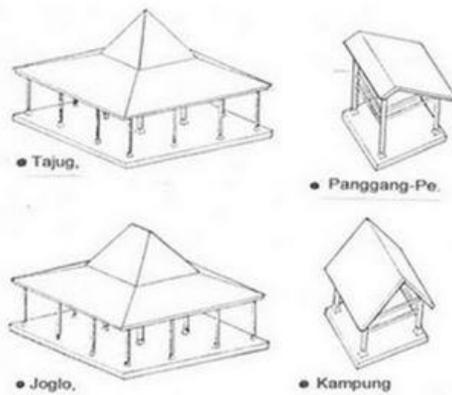
Beberapa aspek yang dapat dijadikan acuan dalam perancangan berbasis lokalitas berdasarkan tinjauan nilai-nilai lokalitas yang diungkapkan Mumford (1985) dalam Kertiyasa, J (2011) antara lain :

- **Bentuk Fisik Bangunan (karakteristik bentuk bangunan)**

Mac Laine Pont dalam bukunya “*Javaansche Architectuur*” (1924), mencoba mengupas Arsitektur Jawa melalui pengamatannya terhadap anatomi candi yang melambangkan *Arupadhatu/alam atas* (tuhan, dewa, leluhur, perlambang masa depan), *Rupadhatu/alam tengah* (manusia, flora, fauna, perlambang masa kini) dan *Kamadhatu/alam bawah* (lelembut, arwah jahat, perlambang masa lampau). Anatomi tersebut ditafsirkan pula dalam arsitektur tradisional Jawa, yang diatur sesuai susunan analogi tubuh manusia. Tubuh manusia terbagi dalam tiga bagian yaitu kepala (atap), badan (tiang / dinding), dan kaki (umpak atau batur) (Budiharjo (1987) dalam Kertiyasa, J (2011)).

Ketiga bagian di atas, bagian yang memiliki kekhasan bentuk fisik dan karakter yang dominan adalah bentuk atap sebagai kepala bangunan. Atap digunakan sebagai salah satu simbolisasi makna filosofi yang tercermin pada pencitraan sebuah bentuk, yang merupakan bagian dari sebuah bangunan tradisional. Bentuk atap bangunan tradisional Jawa juga tercipta dari penyesuaian terhadap kondisi iklim (tropis lembab), bentuk atap yang paling sesuai adalah bentuk atap yang memiliki sudut dan

kemiringan yang tidak landai, dan mempunyai tritisan sebagai pelindung dari panasnya sinar matahari. Maka terciptalah bentuk atap bangunan tradisional Jawa dalam bentuk seperti *panggung pe*, *joglo*, *limasan*, *tajuk/masjid*, dan bentuk *kampung* yang kini telah berkembang dengan berbagai variasi (Budiharjo (1991) dalam Kertiyasa. J (2011)).



Gambar 1. Ragam variasi bentuk atap pada Arsitektur Tradisional Jawa
Sumber : Budiharjo (1991) dalam Kertiyasa. J (2011)

Di Surakarta hampir seluruh masa bangunan menggunakan atap miring sebagai penutup bangunannya. Selain sebagai upaya respon terhadap lingkungan, atap tradisional di Surakarta juga memiliki fungsi sebagai pencerminan bentuk arsitektur bangunan lokal yang dapat memperlihatkan jati diri dan karakter lokal Surakarta.

• Material Bangunan

Zaman dahulu masyarakat tradisional di Indonesia hanya mengandalkan bahan-bahan mentah dari alam tanpa melalui proses, yang digunakan sebagai material pembuatan bangunan untuk pemenuhan kebutuhan akan tempat tinggal. Bahan bangunan yang dulunya banyak terdapat di Indonesia adalah kayu. Kayu banyak digunakan sebagai bahan bangunan mentah pada hampir seluruh bangunan tradisional di Indonesia. Masyarakat tradisional menggunakan kayu sebagai bahan utama untuk mendirikan bangunan. Namun seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, saat ini banyak material-material bahan bangunan baru yang tercipta dari penerapan teknologi (Sutedjo (1982) dalam Kertiyasa. J (2011)).

Masyarakat Jawa pada umumnya dulunya menggunakan material bahan bangunan yang ada di sekitar sebagai upaya pemanfaatan material lokal. Material lokal yang biasa digunakan sebagai bahan bangunan adalah pasir, kayu, batu, dan juga bambu.

Dalam memandang sebuah nilai lokalitas, seharusnya tidak terlepas dari perkembangan teknologi. Memaknai lokalitas yang sebenarnya bukan hanya terbatas pada penggunaan nilai-nilai local saja, tetapi juga terlihat dari penggabungan dari unsur kekinian, salah satunya adalah teknologi (Mumford, dalam Susanto (2009) dalam Kertiyasa. J (2011)). Penerapan penggunaan teknologi salah satunya adalah pada aplikasi material bahan bangunan yang sanggup menggabungkan antara material local dari alam dengan material hasil dari perkembangan teknologi pada sebuah bangunan.

Lokalitas haruslah memiliki sifat terus berkembang demi kesinambungannya, bukan sesuatu yang menolak unsur kekinian. Dengan demikian setiap karya arsitektur yang baru yaitu karya arsitektur yang menggunakan inovasi dan teknologi bahan bangunan baru akan mampu menampilkan guna dan citra kekinian, walaupun nafas dan jiwanya tetap tradisional.

• Ornamentasi Bangunan

Bangunan tradisional di Indonesia memiliki beragam bentuk ornamen yang dapat terlihat pada bentuk fisik bangunannya, ornamen pada bangunan tradisional di Indonesia syarat akan makna filosofis yang terkandung di dalamnya. Di Indonesia banyak ornamen yang diletakkan pada luar bangunan (eksterior) karena ornamen berfungsi sebagai penunjuk jatidiri suatu daerah, ornamen juga banyak diletakkan di luar bangunan untuk dinikmati pada suatu kegiatan yang memiliki konsentrasi tertinggi yang biasanya berada di luar bangunan (Priyotomo (1978) dalam Kertiyasa. J (2011)).

Ragam hias pada bangunan tradisional Jawa merupakan bagian tuah dari bangunan. Beberapa motif ornamen yang umum diterapkan pada bangunan diambil dari bentuk-bentuk tumbuhan (*flora*), hewan (*fauna*), stiliran, dan campuran. Motif yang paling banyak digunakan dalam pengolahan ragam hias adalah motif *flora*, seperti : lunglungan

(melengkung), saton (bujur sangkar), nanas an (seperti buah nanas), dan fauna seperti *omah tawon* dan *kemamang* (sejenis burung). Ada juga motif-motif *fauna* lain, seperti burung garuda, kala, makara, ular, gajah (tetapi tidak terlalu banyak digunakan) (Kertiyasa, 2011).

Ragam hias *flora* tidak dapat dilepaskan dari pengaruh jaman pra-Islam (jaman Hindu). *Flora* yang dipergunakan sebagai ragam hias pada bangunan tradisional Jawa memiliki makna suci. Ragam hias *flora* lebih banyak jenisnya. Arti ragam hias ini adalah keindahan dan kebaikan berwarna merah, hijau, dan kuning (emas). Sedangkan Ragam hias *fauna* menekankan pada makna mencegah bencana dan kejahatan, serta kekuatan dan keberanian. Letaknya biasanya pada elemen struktur atau non struktur yang ada di atas bangunan, dan pintu masuk ruang utama atau ruang sakral. Selain itu ada juga ragam hias alam yang menekankan peran semesta dan Tuhan. Kosmologi dualisme (laki-laki perempuan, siang-malam), orientasi, dan topografi ditransformasikan dalam wujud simbol air, sinar, gunung, awan, dan matahari. Ragam hias agama mewujudkan hubungan dengan Tuhan melalui simbol-simbol yang bernuansa keagungan atau “ke-atas” dengan makna perlindungan. Letaknya disesuaikan dengan fungsi bangunan (Cahyandari, 2012).

Motif ragam hias *flora* dan *fauna* digunakan untuk ornamen yang dibuat dari beberapa jenis material dan mempunyai warna dan tekstur yang lebih alami. Material seperti kayu, bambu, tembikar, batu alam, dan logam paling sering digunakan dalam mengolah ragam hias. Penerapan ragam hias yang paling menonjol biasanya terletak di atap, plafon, lantai, dan sambungan konstruksi baik interior maupun eksterior (Kertiyasa, 2011).

Ornamentasi pada bangunan merupakan salah satu bagian integral dari arsitektur dalam kehadirannya sebagai bentuk ragawi. Dengan bermacam jenis yang ada, ornamentasi pada bangunan dapat memperkuat tampilan bangunan yang dapat menunjukkan jatidiri suatu kota/tempat (Priyotomo (1978) dalam Kertiyasa, J (2011)).

3.2 Gambaran Objek Penelitian

Pada penelitian ini ada lima bangunan hotel yang dijadikan sebagai objek penelitian. Lima hotel tersebut merupakan bangunan hotel yang berada di jalan raya utama kota Surakarta yaitu Jalan Slamet Riyadi, antara lain Hotel Anugerah Palace, Hotel Sala View, The Heritage Hotel, Hotel Saripetojo, dan Alila Hotel.

1. Hotel Anugerah Palace (HAP)



Gambar 2. Lokasi *site* dan Bangunan Hotel Anugerah Palace

Hotel Anugerah Palace (HAP) yang berlokasi di Jl. Slamet Riyadi ini direncanakan akan menjadi bangunan 10 lapis yang diharapkan mampu menjadi pendorong perkembangan Kota Surakarta untuk menuju kota yang maju dan tetap memiliki karakter budaya Jawa yang kuat. Sebagai fasilitas publik, kehandalan bangunan ini menjadi tuntutan utama demi tercapainya keamanan dan kenyamanan pengguna dan lingkungan.

2. Hotel Sala View



Gambar 3. Lokasi *site* dan Bangunan Hotel Sala View

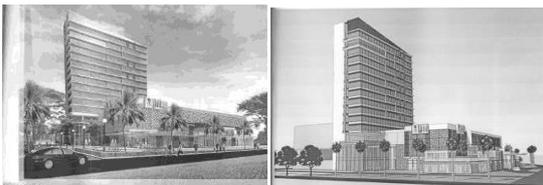
Hotel Hotel Sala View berlokasi di Jl. Slamet Riyadi ini direncanakan akan menjadi bangunan 9 lapis di atas lahan dengan luas kurang lebih 1.650 m² dan total luas lantai 7.494 m². Bangunan hotel terdiri dari 111 kamar (99 *standard*, 8 *executive*, 4 *suite room*).

3. The Royal Surakarta Heritage Hotel



The Royal Surakarta Heritage Hotel direncanakan sebagai hotel bisnis bintang empat yang diharapkan mampu menjadi pendukung bagi kebutuhan ‘menginap’ bagi Kota Surakarta dengan meningkatnya aktivitas jasa dan perdagangan. Lokasinya yang berada di ujung Koridor Jalan Slamet Riyadi dan berdekatan dengan beberapa bangunan cagar budaya di masa mendatang akan memiliki konstelasi strategis, karena kedudukannya yang berhadapan dengan sarana aktivitas sosial-budaya.

4. Hotel Saripetojo



Gambar 5. Lokasi Hotel Saripetojo yang Strategis di Koridor Slamet Riyadi

Hotel Saripetojo direncanakan sebagai hotel bisnis yang diharapkan mampu menjadi pendukung bagi kebutuhan ‘menginap’ bagi Kota Surakarta dengan meningkatnya aktivitas jasa dan perdagangan, serta konvensi di pusat kota. Kedudukannya yang berada di Koridor Slamet Riyadi dan diapit dengan Jalan Agus Salim dan Jalan Transito di masa mendatang akan memiliki konstelasi strategis, karena kedudukannya pada koridor utama sosial-ekonomi-budaya kota di pusat kota.

Letaknya pada Koridor Slamet Riyadi dengan, maupun Jalan Agus Salim dan Jalan Transito di sampingnya, selayaknya menjadi potensi sekaligus tantangan dalam melakukan olah desain, perlu kajian arsitektural khusus berkaitan dengan perancangan aksesibilitas ke dalam maupun ke luar dari tapak, termasuk

dalam menentukan main *entrance* dan side *entrance*. Perlu pula kajian khusus, berkaitan dengan aktivitas permukiman yang menggunakan akses utama Jalan Agus Salim dan Jalan Transito. Pada sisi lain harus ada kejelasan untuk diperhitungkan lahan yang menjadi pertimbangan untuk dimanfaatkan bagi Hotel Saripetojo, termasuk beberapa fasilitas pendukung yang dirancang ada pada Hotel Saripetojo yang Lama maupun yang Baru.

5. Alila Hotel



Gambar 6. Perspektif tampilan bangunan Hotel Alila Solo

Hotel Alila Solo yang berlokasi di Jl. Slamet Riyadi, tepatnya di site bekas Faroka ini direncanakan akan menjadi bangunan tertinggi di Surakarta (29 lapis) diharapkan akan menjadi salah satu *landmark* Kota Surakarta yang berada di sisi barat, yaitu tidak jauh dari Gapura Kleco sebagai pintu gerbang bagian barat Kota Surakarta. Selain itu, bangunan ini juga diharapkan mampu menjadi pendorong perkembangan Kota Surakarta untuk menuju kota yang maju dan tetap memiliki karakter budaya Jawa yang kuat. Sebagai fasilitas publik, kehandalan bangunan ini menjadi tuntutan utama demi tercapainya keamanan dan kenyamanan pengguna dan lingkungan.

3.3 Hasil Identifikasi Objek Penelitian

Sesuai dengan Amanat Peraturan Daerah Kota Surakarta No 8 Tahun 2016 tentang Bangunan Gedung pada paragraf 3 pasal 22 terkait Persyaratan Arsitektur Bangunan Gedung. Persyaratan Arsitektur Bangunan Gedung salah satunya meliputi persyaratan adanya keseimbangan antara nilai-nilai sosial budaya terhadap penerapan berbagai perkembangan arsitektur dan rekayasa. Persyaratan arsitektur

sebagaimana dimaksud mempertimbangkan adanya keseimbangan antara nilai-nilai budaya Jawa yang bersifat *iconic* terhadap penerapan berbagai perkembangan arsitektur dan rekayasa dalam desain ornamen dan penggunaan material wajib diterapkan untuk Bangunan Gedung Pemerintah, BUMN, BUMD dan Bangunan Gedung yang merupakan fasilitas publik. Nilai-nilai budaya yang bersifat *iconic* diwujudkan dalam penerapan ornamen Jawa paling sedikit 20% dari luasan fasad. Sebagai upaya melihat pengaplikasian pelaksanaan amanat tersebut penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi kesesuaian aturan pada objek bangunan hotel di Surakarta (fasilitas publik) yang dilihat dari aspek bentuk bangunan (melalui bentuk atap, karena merupakan bagian yang memiliki ke-khasan bentuk fisik dan karakter dominan sebagai bagian yang menggambarkan bagian atas (kepala) bangunan), material bangunan dan ornamen bangunan.

1. Hotel Anugerah Palace (HAP)

Bentuk



Bentuk atap mengadopsi bentuk atap yang biasanya diaplikasikan pada bangunan tradisional Jawa dengan penggunaan atap limasan

Material



Material yang digunakan didominasi bukan material alam, namun pada kolom-kolom di area *entrance* menggunakan batu alam.

Ornamen



Ornamen pada bangunan berupa gambar cerita Ramayana yang menampilkan beberapa karakter dengan latar motif batik.



Ornamen juga ditemukan pada pagar bangunan, dimana pagar menggunakan ornamen Gunungan yang bentuknya menyerupai daun dengan ujung yang runcing ke atas. Gunungan dalam pertunjukan wayang difungsikan sebagai pembuka dan penutup pertunjukan.

2. Hotel Sala View

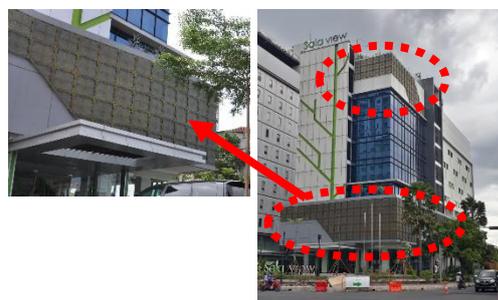
Bentuk (*tidak ada penerapan*)

Material



Penggunaan material alam: batu alam dan kayu meskipun tidak dominan

Ornamen



Ornamen pada fasad yang berupa ornamen flora (tumbuh-tumbuhan)

3. The Royal Surakarta Heritage Hotel

Bentuk



Bentuk atap mengadopsi bentuk atap limasan.

Material (tidak ada penerapan)

Ornamen



Pengaplikasian ornamen pada selubung bangunan (*secondary skin*) berupa ornamen flora (tumbuhan). Ornamen juga diaplikasikan pada *main entrance* berupa kanopi yang dihiasi juga dengan berbagai ornamen flora.

4. Hotel Saripetojo

Bentuk (tidak ada penerapan)

Material (tidak ada penerapan)

Ornamen



Ornamen berupa flora hanya terdapat pada bagian *entrance* bangunan utama

5. Alila Hotel

Bentuk (tidak ada penerapan)

Material



Penggunaan material batu alam pada fasad bangunan

Ornamen



Ornamen berupa desain batik pada selubung bangunan yang ditorehkan pada material kaca.

Berdasarkan identifikasi di atas dapat digambarkan bahwa, bangunan hotel yang dijadikan sebagai objek penelitian belum seluruhnya menerapkan unsur atau elemen-elemen *iconic* Jawa yang dilihat dari aspek bentuk, material dan ornamen bangunan. Sebagian besar objek penelitian hanya memenuhi salah satu atau dua aspek tersebut, hanya satu objek yaitu Hotel Anugerah Palace (HAP) yang hampir memenuhi keseluruhan aspek (bentuk, material dan ornamen), namun pengaplikasian unsur atau elemen-elemen pada aspek material belum optimal, karena penggunaan material alam pada bangunan hanya pada kolom-kolom yang berada di area *entrance*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi yang telah dilakukan oleh peneliti, unsur atau elemen-elemen *iconic* Jawa yang diterapkan pada bangunan hotel di Surakarta yang dilihat dari aspek bentuk bangunan (melalui bentuk atap,

karena merupakan bagian yang memiliki kekhasan bentuk fisik dan karakter dominan sebagai bagian yang menggambarkan bagian atas (kepala) bangunan), material bangunan dan ornamen bangunan belum optimal. Penerapan unsur atau elemen-elemen tersebut secara visual belum dapat menarik perhatian, sehingga bangunan dirasa juga belum memiliki karakter yang kuat. Menurut Hartshorn (1992), bangunan yang berkarakter akan mempunyai daya tarik visual yang sangat baik serta akan menimbulkan kesan mental yang kuat bagi orang yang melihatnya. Kesan yang pertama kali muncul pada saat melihat sesuatu adalah yang ditangkap oleh indra mata, ini menjadikan karakter yang menarik perhatian mata, sehingga perlu untuk lebih diekspos keberadaannya dan dapat menjadi karakter pembeda. Semakin kuat karakter khas suatu bangunan semakin kuat juga *image* yang akan tercipta (Ginting & Priatna, 2019). *Image* yang tercipta akan dapat dijadikan sebagai pembeda atau nilai tersendiri pada bangunan, dimana hal tersebut memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk identitas suatu wilayah/kota (Ginting & Wahid, 2016). Sehingga penerapan unsur atau elemen-elemen *iconic* Jawa pada bangunan hotel perlu diekspos lebih. Jika dilihat kesesuaiannya dengan amanat Peraturan Daerah Kota Surakarta No 8 Tahun 2016 tentang Bangunan Gedung, nilai-nilai budaya yang bersifat *iconic* harus diwujudkan dalam penerapan ornamen Jawa paling sedikit 20% dari luasan fasad. Namun dari hasil identifikasi penerapan *iconic* Jawa pada bangunan hotel di Surakarta, sebagian besar belum mencapai 20% dari luasan fasad. Hal ini yang harus menjadi perhatian lebih bagi semua pihak baik pemilik bangunan, pemerintah maupun *stakeholder* yang terkait. Penerapan unsur atau elemen-elemen *iconic* Jawa perlu lebih ditingkatkan agar *image* atau karakter bangunan dapat menjadi salah satu *branding* kota yang dapat lebih memperkuat identitas kota Surakarta.

REFERENSI

- Cahyandari. G.O , (2012). Tata Ruang Dan Elemen Arsitektur Pada Rumah Jawa Di Yogyakarta Sebagai Wujud Kategori Pola Aktivitas Dalam Rumah Tangga. *Jurnal Arsitektur Komposisi, Volume 10, Nomor 2, Oktober 2012.*
- Ginting, N. Dan Wahid, J. (2016), *Defining Distinctiveness Aspect Of Place Identity In Urban Heritage Tourism*. Presented At International Conference And Architectural Design, Surabaya.
- Ginting, N. Dan Priatna, B.D, (2019). *Penataan Aspek Arsitektur Dan Visual Pada Kawasan Ekowisata Bukit Lawang*. EE Conference Series 02 . TALENTA Publisher Universitas Sumatera Utara Selection And Peer-Review Under Responsibility Of Seminar Nasional Kearifan Lokal IV . P-ISSN: 2654-7031, E-ISSN: 2654-704X, DOI: 10.32734/Ee.V2i1.422.
- Kertiyasa. J (2011). Pusat Seni Di Surakarta. Tugas Akhir Jurusan Arsitektur Universitas Sebelas Maret.
- Mustika, H. (2017, MAret). Peran Serta Stakeholder Dalam Membentuk City Branding. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota, 13(1)*, 67-82.
- Praditiya Budi Laksana, R. A. dkk (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(1), 73-79.
- Parolek, D. G. (2008). *Form-Based Codes: A Guide For Planners, Urban Designers, Municipalities And Developers*. Wiley
- Rahajeng, S. O. (2007). *Solo "The Spirit of Java"*. Universitas Diponegoro, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Semarang.
- Rahmanto, A. (2014). City Branding Sebagai Kebijakan Komunikasi (Lesson Learned Kebijakan City Branding Pemerintah Kota Surakarta). *Konferensi Kajian Komunikasi, Budaya dan Media* . Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
- Truman, Hartshorn, (1992), "Interpreting The City, An Urban Geography", John Wiley And Sons, New York.
- Widodo, B., & Setiansah, M. (2014). Strategi Pencitraan Kota (City Branding) Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali). *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 7(2), 33-44.