

PERANCANGAN GRAGE BUSINESS HOTEL YOGYAKARTA DENGAN PENDALAMAN *SENSE OF PLACE* OLEH BYRIA DESIGN

Ria Risanti Adiputri^a, Laurensia Maureen Nuradhi^b

^{a/b} Departemen Arsitektur, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra UC Town, Citraland,
Surabaya, Indonesia

alamat email untuk surat menyurat : maureen.nuradhi@ciputra.ac.id^b

ABSTRACT

Grage Business Hotel Yogyakarta is a three-star business hotel in the heart of Yogyakarta City. Under the auspices of the Grage Group, Grage Business Hotel was built to embody the company's values, namely local cultural pride and social responsibility. After being established for 28 years, the hotel management initiated a renovation project to update the appearance circulation and increase the hotel's selling value. In the process, the methods used in design are observation, literature study, programming space, ideation, and design development. To create a sense of place, the hotel renovation focuses on implementing the characters of Yogyakarta City in the physical appearance of the building. The sense of place concept also aims to build a bond between the building and its residents and create a more holistic experience at the hotel. Draft «Jaman Owah Gingsir» focuses on implementing the characters of colonial buildings in the City of Yogyakarta, which have shaped the image and identity of the City of Yogyakarta. Draft «Jaman Owah Gingsir» means «Times are Always Moving,» so some design implementations are adapted to current trends and society. The implementation steps include the spatial organization order, which refers to the layout of Javanese houses, the characteristics of the shape and profile of colonial buildings, and adjustments to materials and furniture from the past. There is also an adaptation to modern trends in hotel facilities, namely the availability of facilities such as co-working space, a particular meeting room for online meetings, and the use of technology.

Keywords: Hotel, Local Culture, Sense of Place, Yogyakarta

ABSTRAK

Grage Business Hotel Yogyakarta merupakan hotel bisnis bintang tiga yang berlokasi di jantung Kota Yogyakarta. Berada di bawah naungan Grage Group, Grage Business Hotel dibangun sebagai perwujudan dari nilai perusahaan, yaitu kebanggaan budaya lokal dan bertanggungjawab secara sosial. Setelah berdiri selama 28 tahun, pengelola hotel menginisiasikan proyek renovasi untuk memperbarui tampilan, sirkulasi, serta meningkatkan nilai jual hotel. Dalam prosesnya, metode yang digunakan dalam perancangan yaitu observasi, studi literatur, *programming* ruang, ideasi, dan pengembangan desain. Untuk menghidupi konsep *sense of place*, renovasi hotel berfokus untuk mengimplementasikan karakter-karakter Kota Yogyakarta pada tampilan fisik bangunan. Konsep *sense of place* juga bertujuan untuk membangun keterikatan antara bangunan dengan penghuninya, sekaligus untuk menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh pada hotel. Konsep «Jaman Owah Gingsir» berfokus pada implementasi karakter-karakter bangunan kolonial di Kota Yogyakarta yang selama ini telah membentuk citra dan identitas Kota Yogyakarta. Konsep «Jaman Owah Gingsir» juga memiliki arti «Zaman Selalu Bergerak», sehingga beberapa implementasi desain pun disesuaikan dengan kondisi tren dan masyarakat saat ini. Langkah implementasi yang dilakukan termasuk tatanan organisasi ruang yang mengacu pada *layout* Rumah Jawa, ciri bentuk dan profil bangunan kolonial, penyesuaian material, hingga penggunaan furnitur tempo dulu. Dilakukan pula adaptasi tren modern pada fasilitas hotel, yaitu tersedianya fasilitas *co-working space*, ruang pertemuan khusus untuk pertemuan *online*, serta penggunaan teknologi.

Kata Kunci: Budaya Lokal, Hotel, Sense of Place, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berlokasi di jantung Kota Yogyakarta, Grage Business Hotel Yogyakarta merupakan hotel bintang tiga yang menyediakan layanan penginapan serta penyediaan makanan dan minuman seperti hotel pada umumnya. Namun, sebagai hotel bisnis, Grage Business Hotel Yogyakarta juga menyediakan beberapa fasilitas untuk mewadahi kegiatan bisnis, seperti ruang kantor dan ruang pertemuan, serta menyediakan suvenir untuk diperjualbelikan, baik kepada masyarakat umum maupun tamu hotel. Dengan demikian, Grage Business Hotel sejatinya mampu untuk bertahan dalam jangka waktu yang panjang, sebab mendapatkan banyak pemasukan dari berbagai sumber.

Namun, datangnya pandemi COVID-19 menyebabkan kegiatan pariwisata di Indonesia menjadi terhenti. Dilansir dari laman resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), tren pariwisata Indonesia terus menurun mulai dari tahun 2019 hingga pertengahan tahun 2020. Pasalnya, adanya pandemi dan regulasi pembatasan mobilitas menyebabkan tingkat okupansi kamar hotel menunjukkan tren yang terus menurun pada awal hingga pertengahan tahun 2020. Hal ini pun memberikan dampak bagi Grage Business Hotel serta hotel-hotel lain. Banyak dari pebisnis hotel yang kemudian harus meminimalisir pengeluaran, termasuk biaya perawatan dan operasional lain. Akibatnya, kondisi fisik gedung juga semakin memburuk.

Ketika kondisi pandemi sudah mereda dan okupansi hotel sudah mulai meningkat pada awal 2022, Grage Business Hotel masih menghadapi tantangan. Beberapa tamu hotel mengajukan komplain atas kurangnya kebersihan dan kelayakan gedung, serta pelayanan hotel secara keseluruhan. Selain itu, pihak hotel juga menerima komplain terkait sirkulasi hotel yang kurang efektif. Hal ini dikarenakan gedung *lobby* dan gedung unit-unit kamar yang tidak terkoneksi, baik melalui koridor maupun *lift*. Hal ini menyebabkan tamu harus mengambil jarak tempuh yang jauh untuk berpindah dari satu ruang ke ruang lain. Dengan tantangan tersebut, pihak pengelola pun menginisiasikan proyek renovasi untuk meningkatkan nilai jual serta kelayakan hotel.

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang, maka rumusan masalah sebagai dasar perancangan diantaranya Bagaimana menciptakan organisasi ruang yang layak dan sesuai standarisasi hotel bisnis bintang tiga? dan Bagaimana meningkatkan *place attachment* pada hotel sehingga pengunjung memiliki preferensi untuk datang kembali?.

Tujuan perancangan yaitu untuk meningkatkan mutu hotel serta memfasilitasi karyawan agar dapat menjadi lebih produktif. Tujuan perancangan juga berfokus untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan bisnis, baik yang dijalankan oleh pengelola hotel, tamu hotel, maupun masyarakat umum.

LITERATUR/STUDI PUSTAKA

Definisi Hotel

Menurut KBBI, hotel adalah bangunan berkamar

banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan. Hotel juga merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Sedangkan menurut Wijayanti, A., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2016) hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan, makan dan minum, serta fasilitas lainnya. Hotel berfungsi sebagai tempat tinggal sementara dan memenuhi kebutuhan tamu selama berada jauh dari tempat tinggalnya. Oleh karena itu, hotel sering disebut sebagai rumah yang kedua.

Menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. PM.10/PW.301/Phb-77, hotel merupakan bentuk suatu akomodasi yang dikelola secara komersial. Hotel adalah tempat yang disediakan untuk semua orang yang membutuhkan pelayanan, seperti pelayanan penginapan, pelayanan makanan dan pelayanan minuman. Pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013, menyatakan bahwa hotel merupakan usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Sedangkan menurut Lawson (1976:27), hotel adalah sarana yang digunakan untuk tempat

tinggal umum bagi para wisatawan. Hotel akan memberikan pelayanan berupa jasa kamar, makanan dan minuman, serta jasa akomodasi. Akan tetapi, jika ingin merasakan pelayanan-pelayanan tersebut, pengguna hotel tersebut harus membayarnya.

Menurut Sihite (2000:62), orang-orang yang melakukan perjalanan tidak hanya sekedar untuk menginap atau beristirahat, namun untuk tujuan konferensi, seminar, rapat pertemuan, pesta perkawinan, pesta ulang tahun, pameran, dan berbagai kegiatan lainnya yang membutuhkan penyediaan fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang dapat memuaskan tamu-tamunya. Dengan demikian, hotel sebagai suatu akomodasi komersial berfungsi tidak hanya sebagai tempat menginap, makan, dan minum. Akan tetapi, hotel sebagai tempat suksesnya suatu acara (Wijayanti, A., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K., 2016).

Definisi Hotel Bisnis

Menurut KBBI, hotel berarti bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Dalam KBBI pula, bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan dan pebisnis berarti orang yang melakukan bisnis. Sehingga jika diartikan secara literal, hotel bisnis berarti sebuah akomodasi yang selain melayani dalam hal penginapan dan penyajian makanan atau minuman, juga memberikan akomodasi lebih bagi pengunjung dengan status pebisnis.

Hotel bisnis merupakan hotel yang dirancang untuk mengakomodasi tamu yang mempunyai tujuan bisnis. Lokasi hotel bisnis relatif berada di pusat kota, berdekatan dengan area perkantoran atau area perdagangan. Hotel Bisnis dikenal juga dengan nama *Commercial Hotel* ataupun dengan nama *City Hotel* (Marlina, Endy, 2008 dalam Augustine, C., Sibarani, P.HP., Sinabariba, D., 2020).

Dalam menentukan lokasi hotel bisnis, akses dengan pusat kegiatan perdagangan dan jasa harus mudah dan cepat. Dari segi arsitekturnya, karakteristik dari hotel bisnis adalah merupakan bangunan tunggal dan dapat dibangun dilahan yang tidak terlalu luas, lebih mengeksplor dan memperhatikan bagian dalam bangunan, ruang-ruang didalam hotel harus memperhatikan sirkulasi antara zona publik seperti kelompok kegiatan umum, semi publik seperti kelompok kegiatan pengelola, *service* seperti kelompok kegiatan pelayanan, semi privat yaitu kelompok tamu bersama dan privat yaitu kegiatan menginap (Prahastuti, P. D., & Rachmaniyah, N., 2017).

Kriteria Hotel Bintang Tiga

Menurut Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), suatu hotel akan mendapatkan sertifikasi bintang tiga apabila memenuhi standar sebagai berikut:

- Jumlah kamar standar minimal 30 kamar (luas minimal 24 m²)
- Memiliki minimal 2 kamar *suite* (luas minimal 48 m²)
- Fasilitas kamar mandi, telepon, televisi, dan

air conditioner di dalam kamar

- Bangunan hotel dilengkapi dengan fasilitas olahraga, rekreasi, restoran dan bar, serta menyediakan *concierge staf* atau *valet* pada parkir hotel.

Beberapa standar lain yang juga harus terpenuhi pada hotel bintang tiga selanjutnya dijabarkan pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013, yaitu:

- Memiliki *signage* nama hotel
- Memiliki *entrance* serta tempat parkir yang memadai
- Memiliki aksesibilitas untuk penyandang cacat, seperti *ramp* dan toilet khusus
- Memisahkan antara *lift* tamu dengan *lift service*
- Setiap ruangan hotel dilengkapi dengan *signage* dan/atau *hotel directory*
- Setiap ruangan haruslah memiliki pencahayaan serta penghawaan yang memadai
- Setiap ruangan haruslah memiliki sistem keamanan dan proteksi kebakaran
- Menyediakan fasilitas kantor, ruang rapat, dan/atau ruang pelatihan bagi karyawan
- Memiliki ruang untuk pelaksanaan kegiatan *MICE* (ruang *exhibition*)
- Tersedia fasilitas pengolahan limbah serta utilitas penunjang lainnya

Standar Layanan Hotel

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok (Gonroos, 1990 dalam Cahyadi, B., & Abdul, K., 2015) yaitu:

1. *Core Service*, pelayanan yang ditawarkan kepada masyarakat, yang merupakan produk utamanya. *Core service* juga merupakan pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya misalnya: untuk hotel adalah penyediaan kamar dan penerbangan pada transportasi udara.
2. *Facilitating service*, fasilitas layanan tambahan kepada masyarakat. Dalam contoh pelayanan hotel yaitu memberikan pelayanan tambahan kepada tamu hotel berupa makan, minum, dan kebutuhan lainnya bagi tamu hotel. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahan dan sifatnya wajib.
3. *Supporting Service*, seperti *facilitating service*, *supporting service* merupakan pelayanan tambahan atau pendukung untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaingnya misalnya: hotel restoran pada suatu hotel. *Supporting service* adalah pelayanan tambahan tetapi tidak wajib dan disediakan untuk meningkatkan daya saing. Dalam pelayanan hotel, memberikan kepuasan kepada tamu hotel merupakan hal yang utama. Mewujudkan kepuasan terhadap tamu hotel dapat dilakukan dengan memenuhi segala kebutuhannya.

Definisi Sense of Place

Tiga elemen dasar yang menjadi komponen place menurut Relph (1976) dalam Seliari, T., Primadani, G., & Salimin, B. (2023) adalah *physical setting* (seting fisik), *activities* (aktivitas), dan *meaning*

(makna). *Physical setting* disini dapat berupa kawasan, bangunan, maupun *townscape* atau *landscape*. Dalam hal ini, *physical setting* perlu mengangkat nilai budaya, fungsi ruang, serta elemen kualitatif lain sehingga suatu tempat memiliki arti (*meaning*). Namun, suatu tempat dalam sajian *tangible* saja tidak akan mencapai *sense of place* jika tidak ada individu atau komunitas yang beraktivitas (*activity*) didalamnya maupun untuk mengapresiasi aspek *tangible* suatu tempat. Dalam konsep *sense of place*, pemaknaan suatu tempat menjadi penting untuk meningkatkan keterikatan antara suatu ruang dengan penghuninya.

Menurut Kusumowidagdo, A., & Wardhani, D. K. (2019) *sense of place*, sebagai sebuah konsep, memiliki orientasi fisik yang jelas. Beberapa penanda dapat menjelaskan elemen-elemen penting dalam pembentuk ruangnya. *Sense of place* merupakan suatu pemahaman jiwa pada suatu tempat, yang dijelaskan dengan metode fenomenologis, yaitu mengenai pengalaman hidup manusia dalam kehidupan sehari hari dan memiliki karakteristik spasial (Rifaioğlu & Güçhan, 2008 dalam Pramudito, S., Kristiawan, Y. B., Wismarani, Y. B., & Kirana, F. C., 2020).

Sense of Place Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta merupakan Ibu Kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Keseluruhan wilayah Yogyakarta sendiri disebut istimewa, sebab memiliki pola pemerintahan daerah yang masih merujuk pada pemerintahan kekeratonan.

Mengutip dari Prasetyo, V. A. L. (2018)., Yogyakarta merupakan wilayah dengan bentuk pemerintahan kerajaan sejak tahun 1755, yang mana hal ini juga diakui oleh pemerintahan Belanda pada saat itu. Pada masa pendudukan Jepang, Yogyakarta kemudian diakui sebagai daerah istimewa, sebab memiliki sistem pemerintahan daerah yang berbeda dari daerah-daerah lain. Selanjutnya setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, Yogyakarta pun bergabung dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai daerah istimewa. Hal ini pun disetujui oleh Kepala Negara pada masa itu, dengan mempercayakan urusan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada para raja dan sultan yang memerintah.

Kota Yogyakarta sendiri memiliki julukan Kota Budaya dengan alasannya tersendiri. Salah satunya yaitu upaya untuk mempertahankan dan menjunjung tinggi budaya serta tradisi yang telah dijalankan, termasuk mempertahankan sistem kekeratonan seperti yang telah dijelaskan di atas.

Terciptanya identitas wilayah membuat masyarakat merasa nyaman karena adanya identitas kota yang membuat kota tersebut terbaca atau *legibility of city*. Citra dan identitas kawasan seakan menjadi parameter untuk kualitas sebuah lingkungan khususnya menyangkut dengan cara pandang orang mengenai nilai lingkungan tersebut (Setijawan, A., Widodo, W.H.S., Syah Putri, T. A., 2022). Menurut Lynch (1982) dalam Setijawan, A., Widodo, W.H.S., Syah Putri, T. A. (2022) elemen pembentuk citra kota dapat

menstrukturkan identitas kota yaitu *path*, *node*, *landmark*, *district*, dan *edge*.

Menurut Branch, M. C., & Wibisono, B. H. (1995) citra dan identitas kawasan dapat terbentuk melalui beberapa aspek tatanan perencanaan kota, yaitu:

- Topografi tapak
- Bangunan
- Struktur
- Ruang terbuka
- Kepadatan perkotaan
- Iklim
- Vegetasi
- Kualitas estetika

Dengan aspek bangunan mengambil peran dalam pembentukan citra dan identitas kota. Prasetyo, V. A. L. (2018), selanjutnya menyatakan bahwa fasad bangunan berperan penting dalam pembentukan karakter suatu wilayah.

Karakteristik Bangunan Kolonial

Menurut Handinoto (2012), bangunan kolonial mengalami tiga masa dalam perkembangannya di Indonesia, khususnya Pulau Jawa. Tiga masa tersebut, yaitu:

- Bangunan Indische Empire pada abad 18-19 yang dikembangkan tanpa adanya adaptasi terhadap lingkungan serta budaya Indonesia.
- Bangunan kolonial peralihan pada tahun 1890-1915 yang sudah diadaptasikan dengan lingkungan dan budaya setempat, namun dengan fasad yang masih kental akan tampilan kolonial.

- Bangunan kolonial modern pada tahun 1915-1940 yang sudah mengalami adaptasi pada material dan beberapa aspek lain. Bangunan kolonial modern juga sudah menghilangkan unsur simetri, baik pada denah maupun fasad.

Beberapa bangunan ikonik di Kota Yogyakarta seperti Kantor BNI Yogyakarta, Kantor Pos Yogyakarta, sepanjang Jalan Malioboro, serta beberapa bangunan di kawasan Kota Gede dan Kota Baru Yogyakarta, telah membentuk imajinasi Kota Yogyakarta hingga saat ini. Dengan terbentuknya imajinasi Kota Yogyakarta, maka identitas serta citra Kota Yogyakarta pun juga terbentuk.

METODE

Observasi

Observasi dilakukan melalui observasi langsung sekaligus observasi daring melalui berbagai sumber. Adapun observasi langsung dilakukan selama satu hari penuh pada saat hari kerja, dengan memeriksa keramaian lingkungan sekitar, penerimaan pencahayaan alami, penerimaan penghawaan alami, serta mendokumentasikan kondisi bangunan. Sedangkan observasi daring dilakukan untuk mencari latar belakang perusahaan, latar belakang bangunan, serta menelaah penilaian tamu hotel yang pernah menginap.

Studi Pustaka

Melakukan studi pustaka dari berbagai jenis literatur untuk memperkaya pemahaman mengenai proyek serta batasan-batasan desain. Selain itu, hasil studi literatur kemudian menjadi dasar dalam

programming hingga pengembangan desain.

Programming

Melalui hasil observasi dan studi literatur, *programming* dilakukan sebagai langkah awal memasuki proses desain. Dalam *programming*, dilakukan analisis tapak, analisis kebutuhan ruang, analisis hubungan antar ruang, analisis pengguna dan rangkaian aktivitasnya, analisis kecocokan kondisi yang ada dengan standar literatur, pembagian zonasi, serta menciptakan solusi yang efektif.

Ideasi

Ideasi merupakan langkah awal untuk merealisasikan solusi. Adapun pada ideasi dilakukan beberapa alternatif konsep desain dengan memvariasikan konsep gaya, konsep bentuk, konsep furnitur, konsep material, serta langkah implementasi untuk mencapai *sense of place*. Dari alternatif-alternatif yang ada, dipilih konsep terbaik untuk kemudian dikembangkan pada proyek.

Pengembangan Desain

Konsep yang terpilih kemudian ditindaklanjuti kedalam bentuk tiga dimensi. Beberapa implementasi dilakukan seperti implementasi karakteristik bentuk, pemilihan material, serta memasukkan furnitur terkait ke dalam desain. Dalam prosesnya pun mengalami banyak perubahan untuk menyesuaikan dengan kondisi bangunan sekaligus memaksimalkan nilai praktis, komersial, serta untuk mencapai nilai *sense of place*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target Desain

Melalui proses wawancara daring, klien sebagai manajer utama dari Grage Business Hotel menginginkan tampilan hotel yang baru dan memiliki nilai jual. Dalam proses yang sama, klien menyatakan bahwa permasalahan utama yang menjadi titik ketidaknyamanan tamu hotel, yaitu tata letak ruang hotel yang saling berjauhan serta pola sirkulasi yang kurang efektif. Melalui proses observasi, beberapa standar hotel bintang tiga juga belum terpenuhi, seperti kelengkapan *signage*, memisahkan akomodasi *lift* untuk tamu dengan *service*, serta melengkapi fasilitas bagi penyandang cacat.

Melalui hasil analisis, *place attachment* hotel juga perlu ditingkatkan, yang secara tidak langsung mampu meningkatkan nilai jual hotel. Beberapa permasalahan diatas menjadi fokus utama dalam menciptakan konsep solusi desain. Adapun target ruang yang dipilih meliputi area *lobby*, *concierge*, resepsionis, *lounge*, restoran, area *co-working*, ruang *exhibition*, unit kamar regular, unit kamar *suite*, serta keseluruhan tampilan fasad bangunan.

Konsep Desain

Untuk memecahkan permasalahan-permasalahan tersebut, terciptalah konsep “*Jaman Owah Gingsir*” yang berarti “Zaman Selalu Bergerak”. Maksud dari pergerakan ini yaitu pergerakan dari era Kota Yogyakarta tempo dulu menuju peradaban dunia yang serba modern. Melalui gambaran-gambaran Kota Yogyakarta tempo dulu, diharapkan Grage

Business Hotel mampu mencapai *sense of place* secara maksimal. Melalui konteks lokasi Hotel Grage yang dikelilingi oleh bangunan-bangunan kolonial, seperti kawasan Malioboro, Stasiun Tugu, benteng-benteng sepeninggalan Belanda, serta kawasan sekitar keraton yang masih kental akan bangunan kolonial, maka pada konsep “*Jaman Owah Gingsir*” pun akan berfokus pada implementasi karakter bangunan kolonial. Namun, tingkat penerimaan masyarakat akan bangunan bercorak kolonial tidak sebanding dengan bangunan modern. Dengan demikian, untuk terus menunjang nilai jual hotel, *Jaman Owah Gingsir* juga menerapkan elemen serta prinsip modern, seperti implementasi teknologi, pembaruan material, serta pembaruan *layout* untuk mengakomodasi aktivitas bisnis di era modern.

Konsep Zonasi, Organisasi Ruang, dan Sirkulasi



Gambar 1. Zonasi Vertikal Hotel
Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023

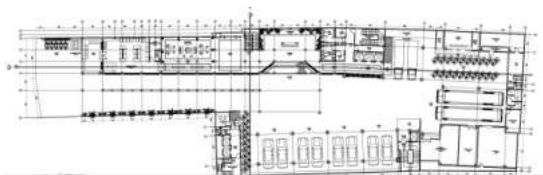
Grouping ruangan ditentukan atas dasar kondisi eksisting, pola sirkulasi, serta kebutuhan besaran ruangan yang telah direncanakan.

Secara vertikal, zonasi ruang lebih berfokus pada pola sirkulasi yang sudah terbentuk dan kaitannya dengan tingkat *exposure* terhadap area publik, dimana lantai satu diperuntukkan bagi area publik dan lantai *mezzanine*. Lantai dua yang diperuntukkan bagi area semi publik hingga privat dan lantai tipikal yang diperuntukkan bagi area privat.



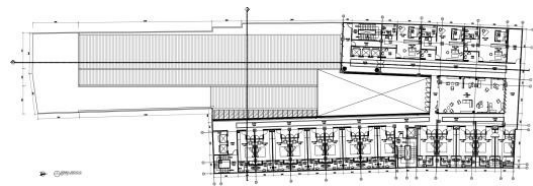
Gambar 2. Layout Rumah Jawa
Sumber: 99.co, 2022

Demi menghidupi *sense of place* Yogyakarta yang kental, organisasi ruang dan pola sirkulasi berkiblat pada konsep yang di terapkan pada Rumah Jawa. Pada Rumah Jawa sendiri terdapat beberapa ruangan yang dapat diimplementasikan pada kondisi eksisting Hotel Grage Bisnis, karena terdapat persamaan esensi dan fungsi ruang terutama untuk ruang *pendhapa* dan *gendhok*.



Gambar 3. General Layout
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Pendhapa pada Rumah Adat Jawa bersifat publik dengan tingkat *exposure* yang tinggi. Implementasi konsep ruang ini dapat direalisasikan pada keseluruhan lantai satu yang mana selaras dengan kondisi eksisting. Adapun pada area ini terdapat beberapa ruang yang bersifat publik seperti *convenience store*, *lounge*, *concierge*, angkringan, dan parkir. Kehadiran *convenience store* dan fasilitas angkringan pada tatanan ruang hotel yang baru dimaksudkan untuk menambah nilai komersial hotel yang kemudian mampu menambahkan keuntungan bagi *stakeholder*.



Gambar 4. Layout Lantai Tipikal
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Gendhok pada Rumah Adat Jawa bersifat semi privat hingga privat dengan fungsi yang beragam yaitu sebagai ruang kerja, ruang pertemuan, area santai, dan kamar tidur tamu. Ruangan-ruangan pada *gendhok* tersusun secara linear dengan menghadap langsung ke halaman tengah yang luas. Tatanan massa *gendhok* yang berbentuk huruf "U" pun selaras dengan kondisi eksisting Grage Business Hotel. Terdapatnya ruangan-ruangan dengan fungsi yang beragam pada tatanan massa hotel yang juga menyerupai huruf "U", menjadikan konsep ruang ini semakin selaras. Sehingga seluruh area privat dan beberapa area semi privat pun disusun secara linear pada bangunan hotel dengan mengusung konsep *semi outdoor* yang semakin memperkuat nuansa *vintage* Kota Yogyakarta.

Tidak hanya mengacu pada tatanan ruang tradisional, konsep “Jaman Owah Gingsir” juga mengusung tatanan ruang yang modern pada area pertemuan, yaitu dengan mengubahnya menjadi area pertemuan, diskusi, dan *collaborative work* yang dikemas dalam konsep *co-working space*. Konsep *co-working space* sendiri telah banyak diusung dan menuai perhatian lebih dengan sifat ruangnya yang lebih santai dan fleksibel, sehingga kerap dijadikan wadah untuk berdiskusi dan menyelesaikan pekerjaan. Dengan mengusung konsep *co-working space* ke dalam sebuah hotel bisnis, diharapkan semakin mampu untuk mengakomodasi kebutuhan bisnis tamu hotel serta menambah nilai jual hotel.

Konsep Gaya dan Suasana Ruang

“Jaman Owah Gingsir” mengusung konsep perancangan melalui metode *historicism* untuk sepenuhnya mampu menghidupi *sense of place* Kota Yogyakarta. Beberapa bangunan ikonik di Kota Yogyakarta yang menjadi acuan dalam penerapan gaya desainnya, yaitu Kantor BNI Yogyakarta, Kantor Pos Yogyakarta, kawasan Kota Baru serta Kota Gede.



Gambar 5. Interior Lounge
Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023

Usaha-usaha dalam implementasi gaya pada interior dapat terlihat secara utuh pada ruang-ruang utama seperti *lobby* hotel, *lounge*, serta restoran. Selain mengimplementasikan ciri pelingkup seperti yang ada pada bangunan acuan, ruang interior juga memanfaatkan pencahayaan serta penghawaan alami yang maksimal. Hal ini didukung dengan instalasi jendela hidup yang bisa dibuka untuk memasukkan cahaya serta penghawaan alami ketika siang hari, serta dapat pula ditutup sebagai perlindungan bagi penghuni di dalamnya. Didukung pula dengan adanya kipas angin serta ketinggian plafon yang tinggi. Selain sebagai upaya penerapan desain kolonial, hal tersebut juga mampu mengantisipasi timbulnya ketidaknyamanan termal.



Gambar 6. Interior Lobby
Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023

Selain dari aspek fisik, konsep “Jaman Owah Gingsir” dengan menekankan pada pendekatan *sense of place* juga berarti perlu menstimulasi indra manusia, sehingga pengalaman *sense of place* pun dapat terwujud secara utuh. Selain menstimulasi indra penglihatan melalui tampilan fisik bangunan, konsep ini juga menawarkan stimulasi indra pendengaran yang dapat sangat dirasakan pada area lantai satu hingga dua. Stimulasi indra

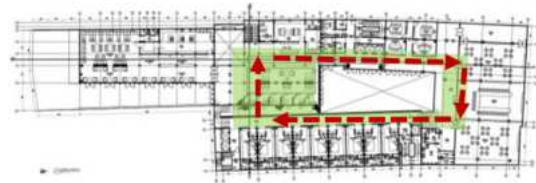
pendengaran ini dapat dirasakan sebab konsep ruang yang terbuka, sehingga mampu memasukkan suara-suara sekitar yang dibantu juga dengan suara musik gamelan dari pemanfaatan *loud speaker* pada beberapa ruangan. Indra pembauan pun terstimulasi dengan kehadiran tanaman-tanaman dengan bau khas, seperti sedap malam, serai, kaca piring, pandan, dan masih banyak lagi. Sedangkan stimulasi indra peraba sendiri diupayakan melalui aplikasi *rustic material*, terutama pada furnitur kayu di area-area publik dan semi publik, tekstur *molding* pada dinding, serta permukaan material lain.

Konsep Bentuk dan Bahan Pelingkup

Dengan memanfaatkan pola bentukan bangunan eksisting yang ada, konsep “Jaman Owah Gingsir” mampu merubah tampilan fasad eksisting yang bergaya modern menjadi kolonial khas Kota Yogyakarta. Beberapa karakter desain kolonial yang diaplikasikan pada fasad hotel, yaitu dinding plaster dengan warna putih tulang, profil kolom yang masif dengan *base* setinggi 80 cm yang dibalut dengan batu alam marmer, susunan jendela jalusi dengan material aluminium, serta elemen lampu jalanan klasik yang kerap terdapat di kawasan Malioboro. Fasad area ini sekaligus menjadi *point of interest* dari keseluruhan tampak bangunan, sebab posisinya yang berada dekat dengan jalan dan terekspos akan pandangan publik.

Selain pada fasad bangunan, ciri pelingkup serupa juga diterapkan hingga area interior. Beberapa implementasi lain yang dilakukan pada interior, yaitu:

- Memiliki profil kolom dan balok yang masif
- Memanfaatkan roster sebagai ventilasi
- Menggunakan gypsum sebagai penutup *ceiling* dengan profil/aksen kayu yang berpola *tile*
- Menggunakan *terracotta*, *terrazzo*, serta keramik bermotif sebagai penutup lantai
- Menggunakan elemen-elemen interior yang klasik dengan profil besi dan/atau kayu



Gambar 7. Skema Balkon Lantai 2
Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023

Bentukan pelingkup interior pun menyesuaikan pola kolom-kolom eksisting yang tersusun secara *grid*, yang dimana dengan menghubungkan antara satu kolom dengan kolom lain mampu membentuk kumpulan ruang-ruang segi empat yang tersusun secara linear menyerupai pola susunan *gendhok* pada Rumah Adat Jawa. Selain itu, keberadaan balkon sebagai “teras” juga semakin mendukung ciri bangunan kolonial transisional sekaligus Rumah Adat Jawa dengan teras yang mengelilingi bangunannya. Pada area balkon pun dilengkapi dengan sarana penghijauan yang dapat berfungsi sebagai peneduh dari sinar matahari.

Konsep Furnitur dan Aksesoris

Konsep “Jaman Owah Gingsir” memanfaatkan furnitur gaya jengki sebagai hasil dari arsitektur jengki yang pernah memiliki masa kejayaan pada tahun 1950-1970.



Gambar 8. Furnitur Jengki
Sumber: Gandis Furniture, 2022

Bentukan sandarannya yang landai membuat kursi jengki memiliki profil dengan kemiringan-kemiringan yang khas. Dengan menggunakan material kayu dan anyaman rotan, seolah-olah memperlihatkan nilai *craftmanship* Kota Yogyakarta. Furnitur ini mampu bersanding secara harmonis dengan interior bergaya kolonial. Di era modern seperti sekarang ini, kursi jengki kemudian mulai beradaptasi sesuai perkembangan zaman dengan dudukan serta sandaran yang terbuat dari *cushion*, tanpa menghilangkan profil-profil kayunya yang khas.



Gambar 9. Armchair Rotan Besi
Sumber: Pinterest, 2022

Beberapa furnitur lain mengambil pola harmonisasi dari material dasar kursi jengki. Beberapa furnitur mengambil material rotan yang kemudian dipadukan dengan material besi, sehingga membawa palet material baru dalam konsep furnitur. Selain itu, material kayu juga menjadi material yang dominan bagi sebagian besar furnitur.

Konsep *Finishing*

Konsep “Jaman Owah Gingsir” dengan berdasar pada metode *historicism* berarti mengaplikasikan kembali karakteristik-karakteristik bangunan historis yang diadaptasi agar sesuai dengan konteks masa kini. Menarik kembali beberapa karakteristik *finishing* pada bangunan kolonial, berikut dijabarkan berdasarkan tiga kategori:

a. Lantai

Mengacu pada bangunan historis, konsep “Jaman Owah Gingsir” mengambil material *finishing* lantai yang kerap digunakan pada bangunan kolonial, yaitu *terracotta*, *terrazzo*, serta keramik bermotif. Selain itu, area lantai satu hotel yang memiliki konsep *semi outdoor* menggunakan batu palimanan untuk menambahkan kesan *rustic* yang kerap kali ditemui pada bangunan kolonial. Beberapa area interior khusus, area kamar menggunakan lantai *vinyl* motif kayu dengan *tone* gelap untuk mencapai kenyamanan pada kamar tanpa menghilangkan kesan *vintagenya*. Sedangkan pada ruang *meeting* serta *exhibition* menggunakan penutup lantai dengan nilai absorpsi bunyi yang memadai

seperti karpet.

b. Dinding

Mengacu pada tampilan fasad dan interior Kantor BNI Yogyakarta serta Kantor Pos Yogyakarta, dinding Grage Business Hotel dibalut dengan *finishing* cat berwarna putih tulang. Tidak lupa juga, pada bagian trasram atau *base* pada dinding ditutup dengan susunan batu alam marmer. Penggunaan batu alam marmer sendiri dimaksudkan untuk menciptakan harmoni dengan *tone* warna lantai satu. Permukaannya yang *glossy* kemudian menambahkan kesan mewah dan eksklusif, layaknya hotel bintang tiga pada umumnya.

c. Plafon

Secara keseluruhan, langit-langit bangunan kolonial ditutup gypsum dengan profil atau aksan kayu yang mengelilingi sepanjang sisi langit-langit maupun disusun dengan pola *tile*. Karakteristik ini kemudian diaplikasikan pada area interior Grage Business Hotel, yang sangat nampak pada interior *convenience store*, *lounge*, *lobby*, restoran, serta balkon/koridor.

KESIMPULAN

Melalui proses observasi, wawancara, analisis tapak terhadap aspek lingkungan, serta membandingkan kelayakan kondisi bangunan dengan standar literatur, didapatkan permasalahan-permasalahan yang harus dipecahkan. Permasalahan tersebut termasuk organisasi ruang dan sirkulasi hotel yang kurang efektif, beberapa kriteria hotel bintang tiga

belum terpenuhi, serta kesederhanaan kondisi pelingkup hotel belum cukup untuk *meraih sense of place* seutuhnya.

Beberapa permasalahan umum ditindaklanjuti dengan menambahkan fasilitas khusus bagi penyandang cacat, menambahkan beberapa *lift* untuk membedakan antara *lift* tamu dengan *lift service*, serta melengkapi ruang-ruang hotel dengan *signage*. Selain itu, terdapat gagasan baru, yaitu untuk menggabungkan sirkulasi antara gedung *lobby* dengan gedung unit kamar, terutama pada lantai 2, yang sebelumnya dipisahkan. Melalui pembatas/partisi serta perbedaan ketinggian level, hotel masih mampu untuk memisahkan antara area semi publik dengan area privat (kamar).

Adapun upaya *sense of place* ditindaklanjuti secara menyeluruh melalui konsep "*Jaman Owah Gingsir*", permasalahan-permasalahan tersebut pun dapat terpecahkan, dimana:

1. Organisasi ruang yang merujuk pada *layout* Rumah Jawa diharapkan mampu untuk membangun *sense of place* Yogyakarta secara meruang.
2. Merujuk pada gambaran citra dan identitas Kota Yogyakarta, konsep "*Jaman Owah Gingsir*" mengusung gaya bangunan kolonial pada keseluruhan aspek fisik bangunan.
3. Melalui metode *historicism*, beberapa bentukan serta material yang digunakan pada usulan renovasi mengacu pada bangunan-bangunan kolonial yang ikonik di Kota Yogyakarta. Beberapa ciri yang

diimplementasikan, yaitu:

- Dinding dengan dominasi warna putih atau putih tulang
 - Dinding memiliki trasram atau *base* yang tinggi, bahkan hingga 80 cm
 - Memiliki profil kolom dan balok yang masif
 - Menggunakan gypsum sebagai penutup *ceiling* dengan profil/aksen kayu yang berpola *tile*
 - Menggunakan *terracotta*, *terrazzo*, serta keramik bermotif sebagai penutup lantai
 - Menggunakan elemen-elemen interior yang klasik dengan profil besi dan atau kayu
4. Pemilihan furnitur yang tepat juga mampu mempengaruhi nuansa *sense of place* pada setiap ruangan.

Beberapa furnitur terpilih yaitu furnitur jengki serta furnitur klasik lainnya yang memiliki profil kayu maupun besi. Selain itu, tampilan pelingkup lain seperti jendela jalusi juga mampu berkontribusi dalam upaya membangun citra bangunan kolonial Kota Yogyakarta.

Dengan membawa representasi fisik Kota Yogyakarta diharapkan masyarakat dan tamu hotel dapat membangun kelekatan dengan bangunan hotel. Ketika kelekatan sudah terjalin, maka capaian *sense of place* pun dapat semakin terwujud secara menyeluruh.

REFERENSI

- Augustine, C., Sibarani, P.HP., Sinabariba, D. (2020). Hotel bisnis Binjai. *Jurnal Ruang Luar dan Dalam*, 1(1), 12-26.
- Branch, M. C., & Wibisono, B. H. (1995). *Perencanaan Kota Komprehensif: Pengantar dan Penjelasan*. Gadjah Mada University Press.
- Cahyadi, B., & Abdul, K. (2015). Peranan Tata Usaha Bagian Umum Kantor Bupati Deli Serdang dalam Meningkatkan Pelayanan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*, 1(1), 14-24.
- Handinoto. (2012). *Arsitektur dan Kota-kota di Jawa Pada Masa Kolonial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, September 4). *Strategi Industri Akomodasi Wisata saat pandemi*. Strategi Industri Akomodasi Wisata saat Pandemi. <https://kemenparekraf.go.id/ragampariwisata/Strategi-Industri-Akomodasi-Wisata-saat-Pandemi>.
- Kusumowidagdo, A., & Wardhani, D. K. (2019). *An analysis of sense of place in Ampel Corridor Surabaya: a study about physical and social factors in a historic commercial area*. Penerbit Universitas Ciputra.
- No, S. K. M. P. R. PM 10/PW-301/Phb. 77, tanggal 12 Desember 1977.(1977). *Jakarta: Departemen Perhubungan*.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013. (2013). *Jakarta: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.

- Prahastuti, P. D., & Rachmaniyah, N. (2017). Aplikasi Konsep Luxury pada Interior Hotel Bisnis. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), G363-G367.
- Pramudito, S., Kristiawan, Y. B., Wismarani, Y. B., & Kirana, F. C. (2020). Identifikasi aspek sense of place kawasan bersejarah berdasarkan preferensi pengunjung (Studi kasus: Kawasan Sagan, Yogyakarta). *ARCADE: jurnal Arsitektur*, 4(3), 206-215.
- Prasetyo, V. A. L. (2018). *Studi Fasad Bangunan Sebagai Elemen Fisik Pembentuk Identitas Kawasan Studi Kasus: Koridor Jalan Marga Utama (Mangkubumi) Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Uajy).
- Seliari, T., Primadani, G., & Salimin, B. (2023). IDENTIFIKASI SENSE OF PLACE DI KAWASAN WISATA BUKITAHUAWALI BERDASARKAN PERSEPSI PENGUNJUNG. *Jurnal Arsitektur Kolaborasi*, 3(1), 48-60.
- Setijawan, A., Widodo, W.H.S., Syah Putri, T. A. (2022). *Kajian Elemen Pembentuk Citra Kota Untuk Memperkuat Identitas Pusat Kota Kediri* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Nasional Malang).
- Sihite, R. 2000. Hotel management (Pengelolaan hotel). Surabaya: SIC.
- Wijayanti, A., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2016). *Analisis Implementasi Sertifikasi Usaha Pariwisata Bidang Perhotelan Di Kota Malang*. Brawijaya University.