

Mengedepankan *Style* sebagai Identitas Perancang

Kasus: Biro TWS & Partners, Jakarta

Debora Meciho¹, Tri Miranda¹, Vinsensius Ardinan Bramanto¹, Fasya Amasani¹, Agus Suhardjono Ekomadyo²

¹ Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung.

² Dosen Program Sarjana Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi.
Korespondensi : deboramecihos@gmail.com

Abstrak

Karakter dan nilai yang dipegang oleh seorang arsitek dapat dilihat melalui karyanya. Melalui teori desain yang ada, proses analisis terhadap karya seorang arsitek dapat dilakukan dengan lebih mudah. Melalui teori Design Methods karya J. C. Jones, karakter dan nilai arsitek TWS & Partners akan dianalisis. TWS & Partners merupakan biro arsitektur yang salah satunya bergerak dalam pembangunan proyek komersil namun secara bersamaan selalu mengedepankan *style* sebagai identitasnya. Kaidah-kaidah bangunan komersil yang menuntut efisiensi bentuk dan perawatan disesuaikan dengan *style* dan ciri khas yang menjadi identitas TWS & Partners.

Kata-kunci : bangunan komersil, *Design Methods*, *style*, TWS & Partners

Pendahuluan

Seorang arsitek ataupun sebuah biro arsitektur selalu memiliki karakter dalam setiap karyanya. Melalui biografi dan mempelajari karya-karyanya yang representatif, akan terlihat bagaimana seorang arsitek atau biro tersebut menciptakan karakternya sendiri. Konteks/misi proyek, tujuan perancangan, dan beberapa isu yang merangkum konsep desain arsitek tersebut dapat dilacak pada tiap karyanya.

Selain itu, untuk mempermudah proses analisis terhadap sebuah karya arsitek, suatu teori desain tertentu dapat dijadikan dasar dalam menganalisis. Teori desain akan menjelaskan bagaimana cara berpikir seorang perancang secara ilmiah ketika mereka membuat suatu karya. Beberapa teori yang sudah ada diantaranya ialah Teori *Design Method*, *Design in Architecture*, *How Designer Think*, *Poetics of Architecture*, dan *Understanding Design*. Biro arsitektur yang akan dianalisis menggunakan salah satu teori desain tersebut ialah Biro Arsitektur TWS & Partners.

Biro ini merupakan salah satu biro arsitektur di Indonesia. Berlokasi di daerah Cengkareng, Jakarta yang didirikan oleh arsitek Tonny Wirawan Suriajaja sejak tahun 1998. Proyek yang diangkat cukup beragam mulai dari rumah tinggal, villa, hingga bangunan komersil seperti hotel, *skincare*, dan *restaurant*. Dari setiap karyanya, arsitek TWS & Partners selalu mengedepankan inovasi dan pengembangan atas desain dan produknya.

Cara berpikir, karakter, dan nilai-nilai yang dibawa oleh TWS & Partners akan dijelaskan melalui telaah biografi/ profil perusahaan dan beberapa kasus yang representatif melalui teori *Design Method* karya John Chris Jones.

Teori *Design Methods*

Analisis desain arsitektur ini menggunakan teori *Design Methods* karya John Chris Jones. Menurut Jones (1970) teori *Design Methods* terbagi atas tiga tahap yaitu: (1) *divergence*, merupakan sebuah *starting point* dimana semua informasi masuk dan akan melalui tahap

brainstorming untuk mencari ide; (2) *transformation*, merupakan proses penge-rucutan terhadap informasi dan data yang telah diperoleh; dan (3) *convergence*, dimana ide-ide yang masuk telah diolah sehingga diperoleh suatu keputusan desain. Keputusan desain yang telah diambil dinilai baik buruknya serta kecocokannya untuk dikembangkan, dan bahkan dapat dijadikan parameter untuk penilaian keberhasilan suatu desain.

Tahap *divergence* terdiri atas dua bagian yaitu *exploring design situation* dan *searching for ideas*. *Exploring Design Situation* merupakan tahap mengidentifikasi berbagai kondisi yang ada. Eksplorasi situasi ini diangkat dari keinginan klien dan kondisi disekitar lahan yang akan dibangun (kondisi eksternal). Semua informasi akan ditampung dan akan mengarahkan kemana desain akan dikembangkan. Sedangkan *topsearching for ideas* merupakan proses *brainstorming*. Proses ini merupakan proses memunculkan semua ide secara spontan sebagai alternatif desain untuk menjawab setiap kondisi atau situasi yang dihadapi oleh arsitek. Pada tahap ini ide yang dikemukakan masih luas dan belum memiliki kepastian.

Tahap selanjutnya yaitu *transformation*. Pada tahap ini situasi dan ide yang dibawa dari tahap *divergence* akan diolah. Tiga hal yang dibahas pada tahap ini ialah: (1) *exploring problem structure*, yang merupakan analisa terhadap situasi apa saja yang relevan terhadap desain yang akan dibangun; (2) *solution*, yaitu pengolahan ide untuk menemukan jawaban atas masalah yang ada; dan (3) *construction strategies*; yang merupakan solusi perwujudan fisik pada bangunan atas masalah dan solusi yang telah dikerucutkan dengan mempertimbangkan aspek logika dan kemungkinan terbangunnya desain tersebut.

Dan tahapan terakhir pada *Design Methods* ialah *convergence*. *Convergence* merupakan tahap *evaluation* dimana perancang kembali melihat desain akhirnya. Apakah desain yang dihasilkan telah relevan terhadap situasi yang ada dan telah menjawab permasalahan yang ada. *Evaluation* berfungsi untuk mendeskripsikan desain akhir yang telah dipilih.

Dalam tahap ini, pengalaman-pengalaman desain yang telah dilaksanakan dihimpun dan dapat digunakan perancang sebagai pengetahuan untuk kemudian dipakai sebagai panduan untuk proses perancangan berikutnya dengan situasi yang serupa.

Profil TWS & Partners

TWS & Partners terletak di Citra Garden 6 – Blok C No. 27, *Circle West*, Cengkareng, Jakarta. Biro ini didirikan oleh Tonny Wirawan Suriajaja yang merupakan seorang arsitek yang selalu berinovasi dalam bidang arsitektur maupun desain interior. Biro ini telah mendirikan banyak proyek mulai dari proyek rumah tinggal hingga *high rest building* seperti hotel dan apartment. Bangunan komersil merupakan salah satu proyek yang sangat dikedepankan dalam perjalanan TWS & Partners. Bangunan komersil yang telah didirikan diantaranya Akmani Hotel, The Ubud (*restaurant*), *Natasha Skincare*, dan beberapa proyek lainnya.

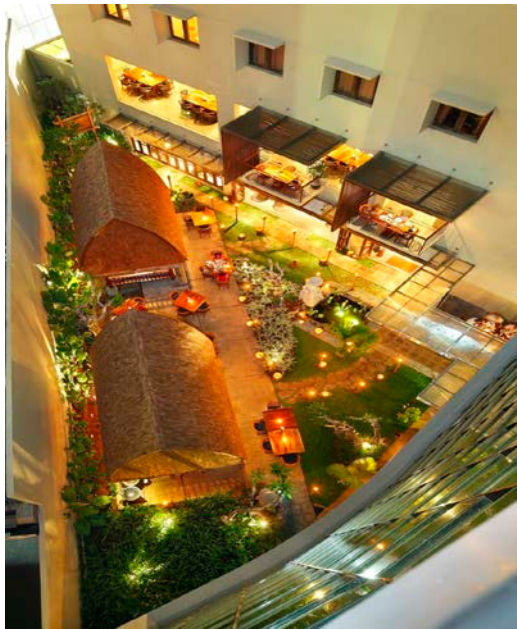
Menjadi biro yang bergerak di bidang komersil, TWS & Partners selalu berusaha untuk memenuhi kaidah bangunan komersil yaitu menguntungkan, efisien dalam desain, dan atraktif secara penampilan. Namun, tanpa mengesampingkan kaidah bangunan komersil, TWS & Partners dalam setiap desainnya mengedepankan mottonya yaitu "*TIMELESS, WONDER IN STYLE*"

Analisis Design Methods pada TWS & Partners

Berdasarkan teori Design Methods dan beberapa proyek yang dikerjakan oleh TWS & Partners dalam perjalanannya membangun bangunan komersil, kita dapat mempelajari karakter arsitek dan juga nilai-nilai yang ingin dibawakan dalam setiap proyeknya.

Pada tahap *divergence*, dari 4 proyek yang dianalisis, biro ini sering dihadapkan pada situasi dimana klien menginginkan bangunan dapat menjadi sarana untuk mempromosikan produknya. Hal ini berarti bahwa bangunan harus memenuhi kaidah bangunan komersil yang efisien dalam pembangunan dan perawatannya, atraktif

dan bisa menarik perhatian pengunjung, serta menguntungkan klien dengan *outcome* seminimal mungkin namun *income* sebesar-besarnya. Selain situasi permintaan klien akan bangunan komersil, biro ini seringkali dihadapkan pada situasi lahan yang memerlukan penanganan desain khusus. Misalnya bangunan Akmani Hotel yang dibangun diantara daerah perkantoran dan daerah coffe shop dan juga bangunan The Ubud yang memiliki lahan dengan bentuk segitiga. Dari situasi yang ada, ide yang dimunculkan ialah menjadikan produk yang ditawarkan sebagai desain dengan tetap berpegang pada kaidah bangunan komersil, serta menjadikan lingkungan sekitar sebagai desain.



Gambar 1. The Ubud, Jakarta: Pembagian massa untuk memunculkan *urban oasis* pada bagian dalam. (Sumber: *archdaily.com*)

Situasi dan Ide yang ada selanjutnya dievaluasi pada tahap *transformation*. Masalah yang muncul ialah identitas TWS & Partners yang ingin mengedepankan stylenya serta menciptakan desain yang dapat menjadi sarana mempromosikan produk. Sebagai contoh, dalam perancangan *The Ubud Jakarta*, ide yang telah tercetus pada proses *divergence* adalah menciptakan nuansa layaknya restoran Bebek Bengil di Bali yang berada di persawahan lapang yang

sangat luas dengan menciptakan *urban oasis*. Namun, menciptakan sebuah oasis di tengah kota dengan lahan yang sangat sempit dan berbentuk segitiga menjadi batasan dari ide perwujudan oasis ini sehingga ide tadi perlu dievaluasi lebih lanjut. Selanjutnya, pada proyek The Akmani hotel, tipologi arsitektur kedai kopi pinggir jalan yang berelevasi rendah rupanya kurang cocok dengan fungsi hotel yang seharusnya mengutamakan privasi dari sebuah tempat istirahat. Dan pada proyek Natasha *SkinCare*, klien ingin menjadikan bangunan *dermatologist* ini sebagai bangunan ikonik dan representasi dari produk.



Gambar 2. The Akmani Hotel Jakarta: Penaikan Elevasi *Lobby* sebanyak 3 meter dari permukaan tanah (Sumber: *archdaily.com*)

Dari masalah ini solusi yang terbentuk ialah menganalogikan bentuk produk yang ditawarkan pada desain bangunan. Misalnya, bangunan Natasha *SkinCare* yang menganalogikan kulit sebagai desain atas fasad bangunannya. Dalam perancangan *The Ubud*, Jakarta permasalahan keterbatasan luas dan bentuk lahan ditanggulangi dengan pembagian massa bangunan menjadi 2 yang disusun tegak lurus satu sama lain dan menyisakan taman yang pada bagian tengahnya. Bagian inilah yang difungsikan sebagai urban oasis yang dimaksud. Di bagian inilah, pengunjung dapat kembali mengenang asal Bebek Bengil di Bali dengan nuansa outdoor dan lanskap terbukanya. Pada proyek The Akmani Hotel, untuk tetap menjaga nilai privasi dari sebuah hotel, lobby dan teras dinaikan 3 meter diatas tanah untuk lebih meminimalkan aktivitas publik namun tetap menghidupkan aktivitas publik pada bagian bawahnya yang sesuai dengan tipologi arsitekturnya. Sedangkan

Mengedepankan *Style* sebagai Identitas Perancang
Kasus: Biro TWS & Partners, Jakarta

construction strategies yang dipilih atas permasalahan ini ialah merancang detail eksterior dan interior bangunan dengan geometri sederhana seperti lingkaran, persegi, dan segitiga yang mengalami repetisi ataupun pembuatan hierarki. Masalah kedua ialah dimana kawasan yang dibangun berada diantara dua tipologi yang berbeda. Dari masalah ini, desain dituntut untuk dapat menjadi penengah atas kedua tipologi yang berbeda tersebut. Dengan kata lain bangunan dibuat dengan teknik *blending* terhadap kedua kawasan yang ada. Wujud nyata yang terbangun ialah bangunan-bangunan karya TWS & Partners yang didesain sesuai tipologi di sekitarnya, selain itu ketinggian bangunan akan disesuaikan dengan bangunan di sekitarnya.

Selanjutnya pada tahap *convergence*, dimana setiap ide telah diolah dan dikerucutkan. Dari empat bangunan yang di analisis yaitu The Ubud, Akmani Hotel, The One Office Headquarter, dan Natasha *SkinCare* dapat dilihat bahwa TWS & Partners merupakan biro arsitektur yang mengedepankan *style* sebagai identitas namun tetap memperhatikan kaidah bangunan komersil, selanjutnya TWS & Partners menjadikan desain sebagai sebuah runtutan cerita bukan hanya sekedar desain, dan nilai yang dibawa dari keempat proyek ini ialah setiap proyek menyesuaikan lingkungan tanpa harus kehilangan pesonanya sebagai bangunan komersil yang harus menarik perhatian setiap orang yang melewatinya.



Gambar 3. The Ubud: Penyusunan Bentuk Fasad.
(Sumber: *archdaily.com*)



Gambar 4. The Akmani: Penyusunan Bentuk Fasad.
(Sumber: *archdaily.com*)



Gambar 5. Natasha *SkinCare*: Penyusunan Bentuk Fasad
(Sumber: *archdaily.com*)

Kesimpulan

Karakter seorang arsitek dapat dilihat melalui karyanya. Melalui setiap karya, nilai dan konsep yang dibawa dapat dilacak. Untuk dapat melacaknya, dibutuhkan sebuah teori desain yang dapat menjelaskan bagaimana alur berpikir arsitek tersebut dalam membangun desainnya. Teori Design Methods merupakan teori yang digunakan untuk menganalisis nilai dan karakter dari arsitek TWS & Partners.

TWS & Partners merupakan sebuah biro arsitektur yang mengedepankan *style* sebagai identitas atas setiap desain yang dibuat. Keindahan fasad akan menjadi prioritas dalam menciptakan setiap desainnya untuk mempromosikan bangunan komersilnya. Selain itu

nilai yang ingin dibawa adalah menjadi *buffer* atau menyesuaikan desain dengan lingkungan di sekitarnya. Dan yang terakhir setiap desain akan bercerita baik melalui fasad, pembagian massa, ataupun bentuk yang selalu berinovasi.

Sebagai arsitek, nilai yang bisa diambil ialah kita perlu memiliki *style* sebagai identitas karya namun tetap bisa menyeimbangi lingkungan dan keadaan yang ada di sekitar. Selalu berinovasi dari waktu ke waktu dan terus mengembangkan desain yang ada. *"TIMELESS, WONDER IN STYLE"*

Daftar Pustaka

- Christopher, J. (1970). *Design in Methods*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Chris, J. (1972). *Design Method*. David Fulton Publishers, London.
- Archdaily (2009). "Akmani Botique Hotel / TWS & Partners" 14 Oct 2009. ArchDaily. Accessed 7 May 2017. <http://www.archdaily.com/37656/akmani-botique-hotel-tws-partners/>
- Archdaily (2009). "Natasha Skin Care / TWS & Partners" Diakses 7 May 2017. <http://www.archdaily.com/29795/natasha-skin-care-tws-partners/>
- Archdaily (2009). "The Ubud / TWS & Partners" Diakses 7 May 2017. <http://www.archdaily.com/40754/the-ubud-tws-partners/>
- Asia, Arsitektur. (2015). "TWS & PARTNER ARCHITECT, Jakarta (www.twspartners.com)". Diakses 6 Mei 2017. <http://www.arsitektur.asia/ biro/ biro-arsitektur-jakarta/tws-partners>
- Pianita, P. (2016). "Tonny Wirawan Suriadjaja Modern Is About The Process". Diakses 5 Mei 2017. <http://www.homelivingindonesia.com/articles/profil/designer/985-tonny-wirawan-suriadjaja-modern-is-about-the-process>

Lampiran

| Profil | Divergence | | Transformation | | | Convergence | | |
|-------------------|---|--|---|--|--|--|--|--|
| | Design situation | Design Ideas | Problem Structure | | Construction Strategies | Evaluation | | |
| | | | Problem | Solution | | | | |
| The Ubud | Ingin membawa esensi nuansa khas tradisional Bali dari restaurant utama Bebek Bengil di Bali yang terbuka dengan pemandangan indah di sebuah kawasan metropolitan | Membuat urban oasis, dengan nuansa khas pemandangan daerah tropis di Bali. | Daerah merupakan lahan triangular yang sangat terbatas | Membagi massa bangunan menjadi dua yang tegak lurus satu sama lain untuk membedakan dan memisahkan courtyard dalam dengan daerah bisnis sekitarnya | Skin dari massa bangunan pertama dibentuk dari kaca yang mengesankan modernitas namun dibentuk dan disusun seperti penyusunan Bata Merah khas Bali. | Masa bangunan pertama difungsikan menjadi zona transisi dari area tradisional di dalam dan hiruk pikuk perkotaan di luar. Masa kedua mengikuti perimeter lahan sehingga membentuk <i>inner court</i> menjadi ruang outdoor yang berfungsi sebagai urban oasis dengan desain khas Bali. | | |
| | Lokasi berada pada daerah transisi antara low rise residence dan area high rise commercial business | membuat bangunan yang tidak terlalu tinggi agar ada kesan transisi dengan areanya. | | | | Bangunan dibatasi cukup 5 lantai. | | |
| Akmani Hotel | Berada di jalanan yang ramai dengan kedai kopi pinggir jalan dan hotel-hotel kecil dan diapit oleh bangunan komersial lainnya | Membuat desain hotel dengan mengambil tipologi arsitektural <i>coffee shop</i> dan bangunan sekitar | Lahan bangunan realtif kecil untuk kepentingan bisnis (1500 m2) | Massa bangunan dibagi menjadi beberapa kotak yang 'melayang', dimana dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan tinggi bangunan sekitar dan lebar jalan. | Lobby dan teras ditinggikan di depan hotel dan ditinggikan untuk menghalangi pemandangan keluar ataupun kedalam. Strategi ini menstimuli aktivitas publik di fasad bangunan, yang diambil dari tipologi arsitektural dari kedai kopi maupun restoran sisi jalan. | Lobby dan teras ditinggikan sebesar 3m, sehingga memberikan kesan cukup menghalangi. Efek dinamis maupun formal pada menara bangunan cocok apalagi ketika bangunan ini digunakan sebagai hotel ditengah-tengah kota. Hotel ini tetap dirasa harus <i>blend in</i> dengan lingkungan sekitar (sehingga didesain dengan kesan formal) namun tetap menjual (sehingga tetap dibuat dinamis dan menarik). | | |
| | | Menonjolkan karakter bisnis dengan pola garis halus. | | | | | Ruang luar, ruang publik, menara, dan skala secara umum dirancang agar selaras dengan lingkungan sekitar. | |
| | | | | | | | menara dirancang mayoritas dengan kaca, dinding dan jendela berbentuk tajam dengan sedikit sudut dan dilipat untuk memberikan efek dinamis namun formal. | |
| Natasha Skin Care | Bangunan berlokasi di tengah kota Bandung dengan luas bangunan 1000 m2 | Bangunan yang ditujukan sebagai klinik kecantikan dengan desain menarik dengan tujuan memperkenalkan konsep bangunan yang baru atas produk mereka. | Klien hendak menjadikan bangunan ini sebagai bangunan ikonik sebagai perwujudan bangunan pertama atas produk yang ditawarkan. | Menganalogikan kecantikan dan kulit manusia sebagai desain bangunan | Bangunan dibuat dengan analogi kulit manusia yang elastis dan semipermeabel yang dicerminkan oleh fasad bangunan dengan dinding tirai dan kaca laminasi yang dilapisi tirai didalamnya. | Material yang digunakan pada fasad didominasi oleh dinding dan kaca laminasi | | |
| | | | | | | | Tangga dibuat dengan bentuk lengkung menggambarkan kecantikan. | Banyak terdapat bentuk lengkung yang menganalogikan kecantikan |
| | | | | | | | Dinding pembatas dan atap datar menganalogikan kulit yang keras. | |

Tabel 1. Analisis Biro TWS & Partners menggunakan teori Design Methods