

PERPUSTAKAAN FTSP UII
HADIWIRI
TGL. TERIMA : 19 Mei 2004
NO. JUDUL : 001107
NO. INV. : 51200001107001
NO. INDUK :

LAPORAN TUGAS AKHIR

**MERCEDES-BENZ CENTER
DI YOGYAKARTA**



OLEH :

AGUNG WIBOWO

No. Mhs. : 93 340 042

Dosen : Ir. H. Munichy B. Edrees, M.Arch.

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2003

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

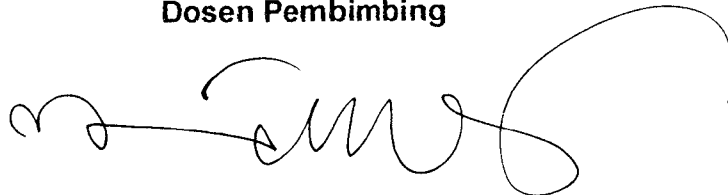
**MERCEDES-BENZ CENTER
DI YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

**AGUNG WIBOWO
93 340 42**

**Telah disetujui dan disahkan di
Yogyakarta, September 2003**

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**



Ir. H. Munichy B. Edrees, M. Arch.

**Mengetahui
Jurusan Arsitektur
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Islam Indonesia
Ketua Jurusan**



Ir. Revianto Budi Santosa, M. Arch.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

- ❖ *Ibu dan Bapak tercinta, yang memberikan dorongan mental, material dan spiritual dengan penuh kasih sayang dan kesabaran.*
- ❖ *Emak (almarhumah) dan Mama, di Cirebon yang telah banyak memberikan pengertian dan dorongan baik moril maupun materiil.*
- ❖ *Adik-adikku tersayang, Bronto, A'an, Alam, Haris, Wahyu, Hijrah,, atas bantuan, doa dan motifasinya.*
- ❖ *Istriku tercinta, Laila dan anakku tersayang, Reyhan, yang dengan tulus dan ikhlas memberikan cinta, kasih sayang, kesetiaan dan kesabaran. Semoga Allah SWT memberikan kesempatan dan kemampuan kepada kita untuk menjadi keluarga Sakinah.*

MOTTO

Be Fast and Sure and then Be Better for Tomorrow

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur atas rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT. sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Mercedes-Benz Center di Yogyakarta”**.

Tugas akhir ini merupakan tugas yang wajib dikerjakan oleh mahasiswa sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Jurusan Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.

Dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini penulis tidak lepas dari bantuan dan dorongan berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas dan keringanan hati telah membantu dalam penyusunan laporan ini, dan penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Widodo, MSCE, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ir. Revianto M Arch., selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur, Universitas Islam Indonesia, yang selalu memberikan dorongan semangat baik secara umum ataupun personal.
3. Bapak Ir. H. Munichy B. Edrees, M.Arch., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan juga dorongan semangat yang tak henti-hentinya kepada kami.
4. Ibu Arif Budi Sholihah, ST, selaku dosen penguji pada tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu dosen yang selama ini telah membimbing kami dalam masa perkuliahan dan juga semua staf yang telah banyak membantu.
6. Mr. Philipp Hahn, Corporate Public Relations DaimlerChrysler AG, Stuttgart, Jerman yang telah memberikan ijin atas akses informasi langsung ke DaimlerChrysler AG.

7. Mr. Matthias Storz, Brand Architecture Division, DaimlerChrysler AG, MKP/MBP, Stuttgart, Jerman yang telah memberikan banyak informasi tentang Standard & Instructions for Mercedes-Benz Center.
8. Teman-teman seperjuangan '93, Adhy, Zaenal, Nurfansyah, Deni Ptx, Hendra Bagong, terimakasih atas semua bantuan dan dorongan yang telah kalian berikan. *We've been through all this time together and our friendship is one big spirit for me, thanks and keep close.*
9. Temanku Choky Darmawan, *your personality and the way you live this life inspires me to be the better man, thanks and keep your nose clean.*
10. Teman-teman seperjuangan studio periode II 2003, Novan, Dwee (*well done, great job*), Dhita, Dede' Rina (*thanks for the catering, it was bring us a power*), Ria, Buyung, Antony, Anggie, Nia, Marti. E'eng, Bayu dan yang lain, *we've fight together in one battle, thanks for all of your help and support ('till the last seconds). I'll never forget our smile, laugh and even our desperate scream in our nervous breakdown. Iiiii...hhiiiiiiii...*
11. Saudara-saudaraku di Gunungkidul, Kulonprogo, Yogyakarta, Cirebon dan di seluruh penjuru muka bumi, atas dukungan dan do'anya.
12. Kepada seluruh house music DJ, "*DJ... matiin lampunya dong...*"

Akhirnya penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhira ini dan bahkan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penulis juga mohon maaf kepada semua pihak apabila selama penyusunan tugas akhir ini ada hal-hal yang kurang berkenan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membutuhkan, terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, September 2003

Penulis

(Agung Wibowo)

MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA

MERCEDES-BENZ CENTER AT YOGYAKARTA

Oleh :
Agung Wibowo / 93 340 042

ABSTRAKSI

Mercedes-Benz yang diproduksi oleh Daimler Chrysler AG, merupakan salah satu merk mobil yang mampu mendominasi pasar otomotif global dengan *brand image* yang kuat. Namun demikian Mercedes-Benz masih harus terus bersaing ketat dengan merk-merk lain seperti BMW, Volvo dan Audi misalnya.

Selain melebarkan jaringan pemasaran dan layanan purna jual, Mercedes-Benz juga mempunyai satu terobosan dalam menghadapi persaingan pasar dengan program pemasaran tak langsung dengan cakupan jangka panjang, yaitu dengan menanamkan image kepada konsumen bahwa Mercedes-Benz merupakan produk unggulan dengan kualitas tinggi. Dimulai dari tingkatan anak-anak dengan program *Cedy's World* sampai dengan tingkatan dewasa dengan *Brand Gallery*. Program ini dijalankan dalam satu jaringan terpadu bersama dengan program pemasaran langsung dan program purna jual yang dinaungi oleh Mercedes-Benz Center yang tersebar di seluruh penjuru dunia.

Terutama untuk pasaran Asia Tenggara, Indonesia merupakan salah satu pasar yang potensial. Kota besar di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya adalah sasaran potensial untuk pemasaran langsung karena kota-kota tersebut merupakan pusat bisnis. Namun halnya dengan kota Yogyakarta yang mungkin tingkat tingkat bisnisnya belum sebesar Jakarta atau Surabaya, tetap merupakan potensi pasar yang cukup besar. Dengan didasarkan pada program penanaman image, terdapat dua kata kunci yaitu pengenalan (*introduction*) dan pendidikan (*education*), maka Yogyakarta sebagai kota pendidikan yang menonjol di Indonesia merupakan potensi untuk pemasaran secara tak langsung. Sebagian besar penduduk Yogyakarta adalah mereka yang masih dalam jenjang pendidikan, baik untuk tingkatan dasar, menengah ataupun untuk yang siap diproyeksikan langsung ke dunia kerja. Maka mereka adalah sasaran potensial untuk penanaman image Mercedes-Benz. Diharapkan setelah mereka memasuki dunia bisnis, dengan image keunggulan dari Mercedes-Benz yang tertanam dengan baik, mereka nantinya akan menjadi konsumen untuk pemasaran secara langsung.

Keberadaan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta, selain didesain dengan mengacu pada aturan dari DaimlerChrysler AG juga disesuaikan dengan fungsi dan kapasitasnya sebagai tempat pelayanan konsumen di Yogyakarta dan sekitarnya dan juga sebagai sarana penanaman image Mercedes-Benz.

Dengan berdasarkan kajian tersebut maka dengan adanya Mercedes-Benz Center di Yogyakarta diharapkan dapat memperkuat dominasi Mercedes-Benz di kancah bisnis otomotif dunia.

DAFTAR ISI

| | Hal. |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAKSI | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| I. JUDUL TUGAS AKHIR | 1 |
| II. LATAR BELAKANG | 1 |
| 2.1. Pengertian Judul | 1 |
| 2.2. Perkembangan Mobil Sebagai Komoditi Bisnis | 1 |
| 2.3. Sekilas Sejarah Mercedes-Benz | 2 |
| 2.4. Perkembangan Mercedes-Benz di Indonesia | 3 |
| 2.5. Potensi Yogyakarta Dalam Pemasaran Mercedes-Benz | 4 |
| III. PERMASALAHAN | 5 |
| IV. TUJUAN DAN SASARAN | 5 |
| 4.1. Tujuan | 5 |
| 4.2. Sasaran | 5 |
| V. LINGKUP DAN BATASAN PERANCANGAN | 5 |
| VI. STRATEGI PERENCANAAN DAN PERANCANGAN | 5 |
| VII. SPESIFIKASI UMUM LOKASI PROYEK | 6 |
| | |
| ANALISA KONSEP | 7 |

| | |
|--|----|
| LAPORAN PERANCANGAN | |
| Latar Belakang | 32 |
| Permasalahan | 32 |
| Spesifikasi Proyek | 32 |
| Proses Perancangan | 34 |
| - Konsep Tata Massa | 34 |
| - Konsep Penampilan Bangunan | 35 |
| - Konsep Bahan dan Struktur Bangunan | 36 |
| Hasil Rancangan | 37 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 45 |



PENDAHULUAN

I. JUDUL TUGAS AKHIR

MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA

II. LATAR BELAKANG

2.1. Pengertian Judul

Mercedes-Benz Center adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat pelayanan bisnis dan informasi otomotif khusus untuk merk Mercedes-Benz. Adapun fungsi utamanya adalah :

- a. Ruang Pamer (Showroom)
- b. Penyediaan Suku Cadang (Spareparts)
- c. Servis/Perbaikan (Workshop)
- d. Pusat Informasi khusus produk dan merk Mercedes-Benz baik yang *profit taking* ataupun yang *non profit*.

2.2. Perkembangan Mobil Sebagai Komoditi Bisnis

Dari sudut pandang ekonomi bisnis, mobil sudah menjadi salah satu faktor utama komoditi bisnis. Para produsen mobil di seluruh dunia saling bersaing dalam merebut pasar konsumen, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hampir semua produsen otomotif/mobil selalu mengembangkan teknologi mobil yang mencakup tiga hal yaitu ¹:

- Performance
Dalam hal ini mencakup penampilan fisik mobil dan juga mencakup kemampuan mesin mobil.
- Safety
Aspek keamanan bagi pengguna mobil tersebut, misalnya dari efek benturan dalam kasus kecelakaan.
- Comfortability
Aspek kenyamanan bagi pengguna mobil.

¹ Prospek Industri Otomotif di Tengah Krisis; Majalah Mobil, No. 52/V Edisi Agustus 1998.

Dari kombinasi ketiga hal tersebut pada akhirnya membentuk *brand image* terhadap suatu produk (mobil).

Dari sekian banyak merk mobil yang sampai dengan saat ini mampu mendominasi pasar dengan *brand image* yang kuat adalah Mercedes Benz yang diproduksi oleh DaimlerChrysler AG yang berpusat di Jerman.

2.3. Sekilas Sejarah Mercedes-Benz

Pada awalnya Mercedes-Benz adalah sebutan untuk mobil produk dari Perusahaan Daimler-Benz AG. Perusahaan ini sebenarnya adalah gabungan dari dua perusahaan yaitu “Benz & Cie” yang dirintis oleh



Gottlieb Daimler

Karl Benz, seorang pria kelahiran kota Karlsruhe, Jerman dan “Daimler-Motoren-Gesellschaft” yang dirintis oleh Gottlieb Daimler, seorang pria kelahiran kota Schorndorf, Jerman. Kedua perusahaan tersebut bergabung menjadi Perusahaan Daimler-Benz AG pada tahun 1926. Selain Karl Benz dan Gottlieb Daimler, ada dua tokoh lagi yang juga berperan penting dalam sejarah Mercedes-Benz

yaitu Wilhelm Maybach, seorang desainer dari Daimler dan Jenderal Emil Jellinek, seorang pengusaha dan konsul dari Austria. Jenderal Emil Jellinek adalah orang yang mengusulkan nama “Mercedes” untuk pertama kalinya. Nama itu diambil dari nama anak perempuan Jenderal Emil Jellinek yang lahir pada tahun 1889. “Mercedes” diambil dari bahasa Spanyol yang berarti “kecantikan”. Cap dagang “Mercedes” diakui



Karl Benz

dan dilindungi secara resmi oleh hak cipta pada tanggal 26 September 1902. Lambang dari Mercedes-Benz adalah bintang berujung tiga yang melambangkan bahwa Mercedes-Benz menaungi atau menjamin tiga

acuan pokok dari masyarakat konsumen yaitu produk, servis dan perusahaan itu sendiri. Pada tahun 1998, tepatnya tanggal 17 November 1998, Perusahaan Daimler-Benz AG bergabung dengan Perusahaan Chrysler Corp. dari Amerika menjadi DaimlerChrysler AG².

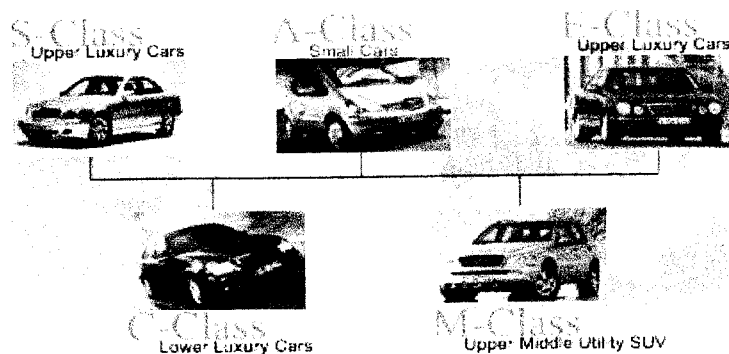
2.4. Perkembangan Mercedes-Benz di Indonesia

Mercedes Benz sejak awal masuk ke Indonesia secara resmi pada tahun 1970, yang dipelopori oleh PT Star Motor Indonesia³.

Sejak tanggal 1 Juni 2000, perakitan dan distribusi mobil Mercedes-Benz dinaungi oleh PT. DaimlerChrysler Distribution Indonesia sebagai distributor dan PT. DaimlerChrysler Indonesia sebagai perusahaan perakitan. PT. DaimlerChrysler Distribution Indonesia adalah perusahaan joint venture yang dimiliki oleh DaimlerChrysler AG, Stuttgart (43%), PT. DaimlerChrysler Indonesia (52%) dan PT. Lima Satrya Nirwana, Jakarta (5%). Sedangkan PT. DaimlerChrysler Indonesia adalah 100% perusahaan modal asing yang dimiliki oleh DaimlerChrysler AG, Stuttgart (89,21%) dan DEG, Jerman (10,79%)⁴.

Kendaraan produk dari DaimlerChrysler terdiri dari dua jenis yaitu⁵ :

- a. Mobil penumpang (Passenger Cars) atau lebih spesifiknya jenis sedan, SUV (Sport Utility Van) dan MPV (Multi Purpose Vehicle), seperti tipe A Class, C Class, E Class, M Class dan S Class.



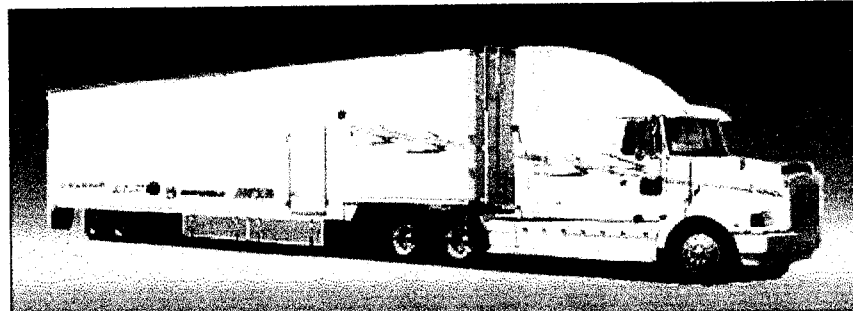
² www.DaimlerChrysler.com/index/company/html.

³ www.DaimlerChrysler.co.id

⁴ www.DaimlerChrysler.co.id

⁵ www.Mercedes-Benz.co.id

- b. Kendaraan komersial (Commercial Vehicle) atau lebih spesifiknya adalah jenis truk dan bis, seperti MB 800, MBO 800, OF 8000, OM 501, Unimog, Atego, Actros dan lain-lain.



Truk Mercedes-Benz Actros

2.5. Potensi Yogyakarta Dalam Pemasaran Mercedes-Benz

Sesuai dengan salah satu program Mercedes-Benz yaitu menanamkan brand image kepada masyarakat yang berpotensi menjadi pasar bisnis dari Mercedes-Benz dan dengan didasarkan pada program penanaman image, dimana terdapat dua kata kunci yaitu pengenalan (*introduction*) dan pendidikan (*education*), maka masyarakat Kota Yogyakarta yang walaupun tingkat tingkat bisnisnya belum sebesar Jakarta atau Surabaya, tetap merupakan potensi pasar yang cukup besar. Masyarakat Yogyakarta sebagai kota pendidikan yang menonjol di Indonesia merupakan potensi untuk pemasaran secara tak langsung. Sebagian besar penduduk Yogyakarta adalah mereka yang masih dalam jenjang pendidikan, baik untuk tingkatan dasar, menengah ataupun untuk yang siap diproyeksikan langsung ke dunia kerja. Maka mereka adalah sasaran potensial untuk penanaman image Mercedes-Benz. Diharapkan setelah mereka memasuki dunia bisnis, dengan image keunggulan dari Mercedes-Benz yang tertanam dengan baik, mereka nantinya akan menjadi konsumen untuk pemasaran secara langsung.

III. PERMASALAHAN

Bagaimana perwujudan bangunan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta yang merefleksikan kualitas dan kelas dari merk Mercedes-Benz dengan mengaplikasikan unsur *hightech architecture* yang menggabungkan antara konsep desainer (arsitek) lokal dengan konsep standar dari DaimlerChrysler AG sebagai induk dari Mercedes-Benz.

IV. TUJUAN DAN SASARAN

4.1. Tujuan

Untuk mendapatkan rancangan bangunan Mercedes-Benz Center yang sesuai dengan Instruksional dan Standar dari Architecture Center (MKP/MBP), DaimlerChrysler AG, namun juga mengaplikasikan konsep desainer (arsitek) lokal yang mengakomodasikan fungsi dan kapasitas lokal setempat.

4.2. Sasaran

Merencanakan dan merancang fisik bangunan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta yang mengakomodasikan solusi dari permasalahan yang ada.

V. LINGKUP DAN BATASAN PERANCANGAN

Lingkup dan batasan perencanaan dan perancangan tugas akhir ini adalah berdasarkan kaidah disiplin ilmu arsitektur dan bagan instruksional dan standar Desain untuk Mercedes-Benz Center dari DaimlerChrysler AG, Stuttgart, Jerman dan didukung dengan data-data dan literatur.

VI. STRATEGI PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Diawali dengan pengumpulan data. Metode pengumpulan data terdiri dari survei langsung ke lokasi-lokasi yang terkait, wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, dan mengambil informasi dari berbagai referensi dari berbagai media. Diteruskan dengan perumusan masalah dan penyusunan konsep. Pada penyusunan konsep lebih ditekankan pada

pemecahan permasalahan dengan mentransformasikannya ke dalam konsep desain skematik arsitektural.

VII. SPESIFIKASI UMUM LOKASI PROYEK

Lokasi proyek berada di Jl. Magelang km. 6.5, Kelurahan Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Propinsi D. I. Yogyakarta. Lokasi proyek walaupun secara administratif terletak di Kabupaten Sleman, namun terletak disekitar perbatasan dengan wilayah Kotamadya Yogyakarta dan secara geografis merupakan satu rangkaian dari simpul-simpul pusat kota Yogyakarta. Lokasi proyek terletak di daerah sentra tumbuh kembang sesuai dengan SK Bupati Sleman No. 40/Kep. KDH/1999 (1997-2007) yang didominasi oleh usaha bisnis otomotif.





Mercedes-Benz
CENTER

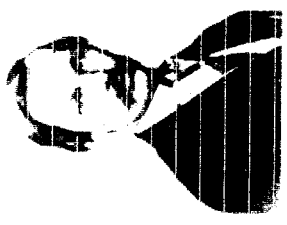
AGUNG WIBOWO 93340042 / IR. H. MUNICHY B. EDREES, A. Arch. / ARIF BUDI SHOLIHAH, ST.
mahasiswa dosen pembimbing dosen penguf

ANALISA KONSEP

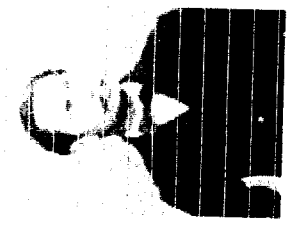
Rangkaian desain skematik

WATKINS INTERNATIONAL

Mercedes-Benz adalah merek mobil yang paling terkenal di dunia. Mercedes-Benz adalah merek mobil yang paling terkenal di dunia. Mercedes-Benz adalah merek mobil yang paling terkenal di dunia.



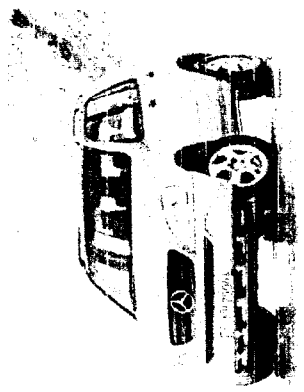
GOTTlieb BOMBER



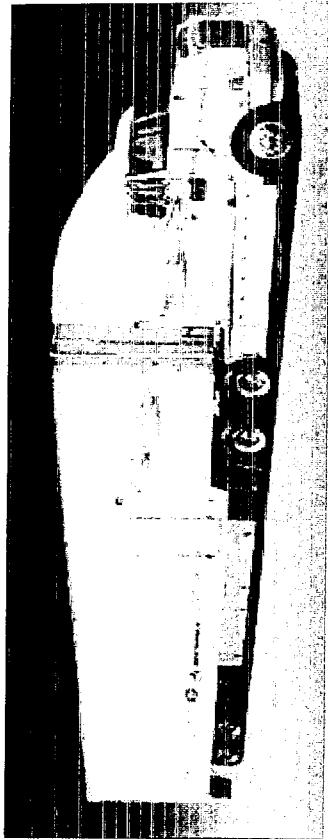
KARL BOMBER



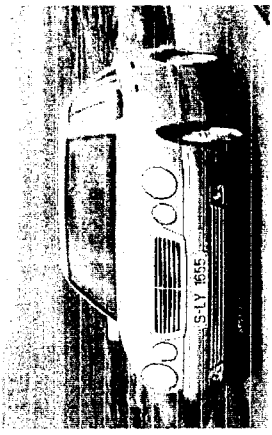
Mercedes-Benz Sedan



Mercedes-Benz Sedan



Mercedes-Benz Sedan



Mercedes-Benz Sedan



Mercedes-Benz Sedan



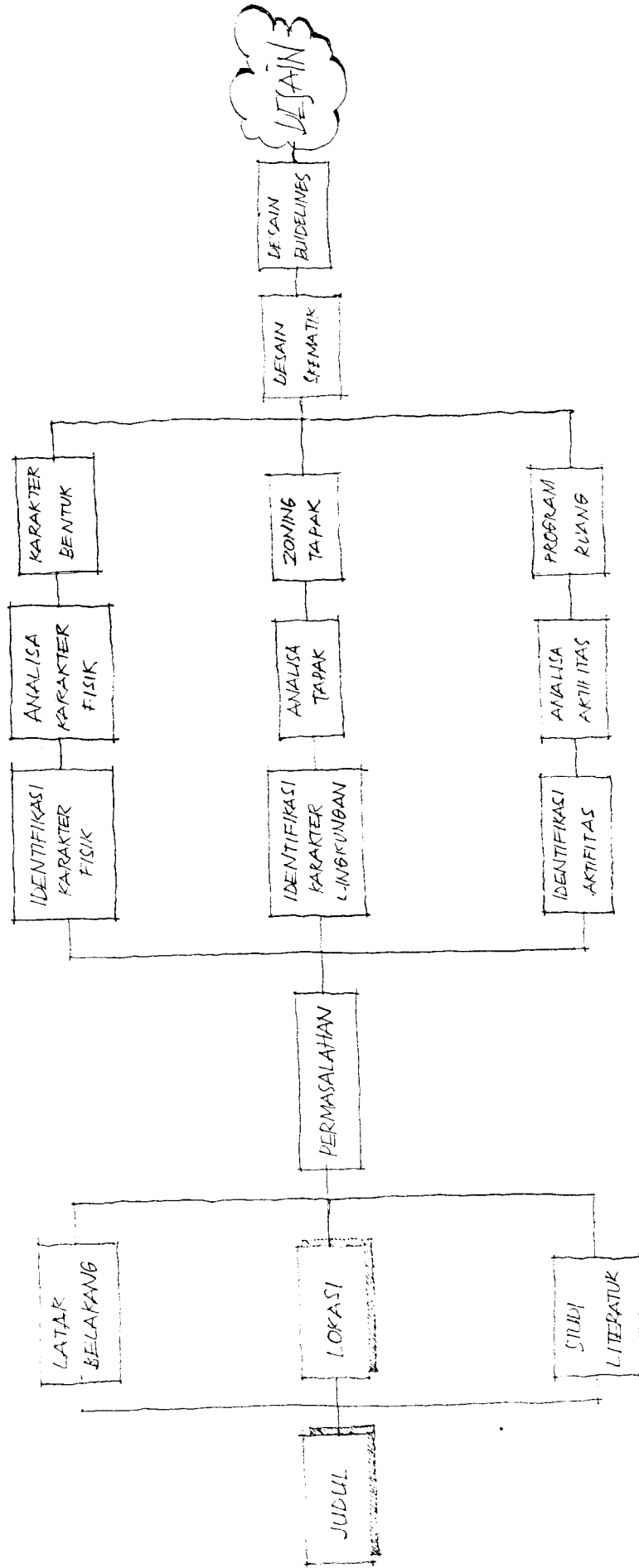
Mercedes-Benz Sedan



Mercedes-Benz
CENTER

AGUNG WIDOWO 92340042 / IR. H. MUNTACHY B. FDRRES. H. Arch. / ARIF BUDI SHOLIHAH, ST.
dibaca pengujian
mahasiswa

KERANGKA POLA PIKIR



PROJECT TITLE

MERCEDES-BENZ CENTER (PASSENGER CARS)⁽¹⁾

LOKASI : JL. MAGELANG KM. 6,5
SINDUADI, MLATI, SLEMAN
YOGYAKARTA

DIMENSI SITE : 136 M x 110 M
LUAS SITE : 14.960 M²

LATAR BELAKANG :

Komunitas konsumen Mercedes-Benz di Yogyakarta memperlakukan adanya tempat pelayanan bisnis otomotif khusus untuk Mercedes-Benz yang merefleksikan kualitas dan kelas dari Mercedes-Benz, seperti yang telah dikenal oleh DaimlerChrysler AG sebagai produsen Mercedes-Benz.

DETERMINASI FUNGSI BANGUNAN

Bangunan Mercedes-Benz Center difungsikan sebagai tempat pelayanan bisnis otomotif khusus untuk merek Mercedes-Benz, dengan fungsi utamanya

1. Show Room (Ruang Pamer) → Penjualan
2. Spare Parts (Suku Cadang) → penjualan
3. Workshop (Servis/Perbaikan) → pelayanan jasa (2)

Dengan berkembangnya lebih fungsi pendukung

1. Biro / Kantor
2. Merchandise Retail
3. Client's Corner
4. Mercedes-Benz Information Center (Pendukung Utama)

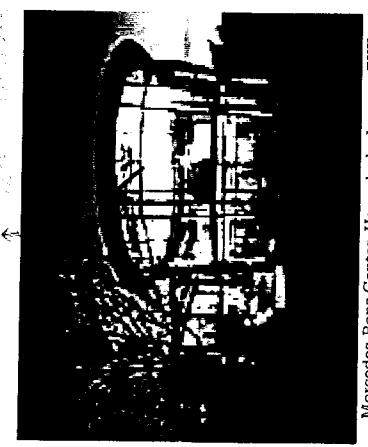
(1) PASSENGER CARS = TYPE SEDAN, MPV (MULTI PURPOSE VAN) & SUV
(SPORT UTILITY VAN)

(2) ARCHITECTURE CENTER, DAIMLERCHRYSLER (M/P/M/P), "MERCEDES-BENZ CENTER, INSTRUCTIONS & STANDARDS", STUTTGART, 2002, P.6.

STUDIERATOP

HERFORS BAUFELDER

Wiederholung der Baufelder

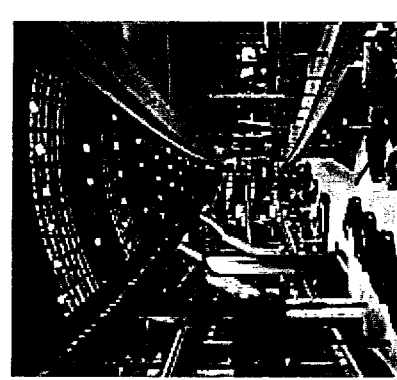


Mercedes-Benz Center, Hagenloch, Jerman, EXT.

Mercedes-Benz Center, Hagenloch, Jerman, INT.

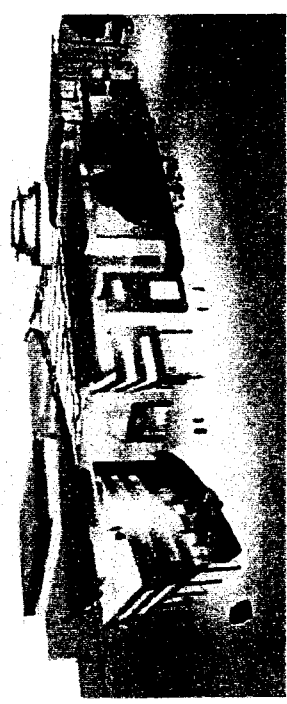


Mercedes-Benz Center, Hagenloch, Jerman, I



Mercedes-Benz Center, Berlin, Jerman, INT.

Mercedes-Benz Center, Berlin, Jerman, INT.



Mercedes-Benz Center, Berlin, Jerman, INT.



Mercedes-Benz Center, Sindelfingen, Jerman, Kids Corner, INT.



Mercedes-Benz Center, Rastatt, Jerman, Hall, INT.

Mercedes-Benz Center, Rastatt, Jerman, Hall, INT.



LANDASAN TEORI!

② STUDI BENTUK SEGITIGA

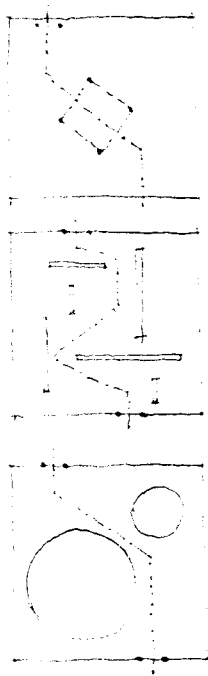


→ SEGITIGA MENUNJUKKAN STABILITAS



→ SEGITIGA YG TERLETAK PADA SALAH SATU SISI NYA MERUPAKAN BENTUK YG SANGAT STABIL

② BENTUK RUANG CEPERIASI



DALAM BENTUK RUANG YG LUSAS, SEBUAH JAJAN DAPAT KEPERLUAN AKAR TANPA BENTUK & BATASAN DAN DIBENTUKAN OLEH ARTISTIS INTI SUSUNAN MERUPAKAN DI DALAM RUANGNYA.

→ SUMBER : ARSITEKTUR, BENTUK, RUANG & TATANAN, FRANCIS D. CHING

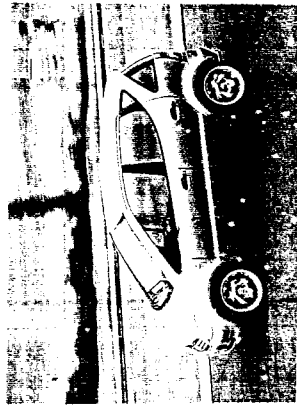
② POLA RUANG MERCEDES-BENZ CEPERIASI ADALAH POLA RUANG YANG FLEKSIBEL DAN MENGHINDARI POLA RUANG YANG KATU.

→ SUMBER : MERCEDES-BENZ CENTER, INTRUCTIONS & STANDARDS, ZIMMERHELYER AS, ARCHITECTURE CENTER (MIP/MBP) TUTTGART, JERMAN.

PERMASALAHAN

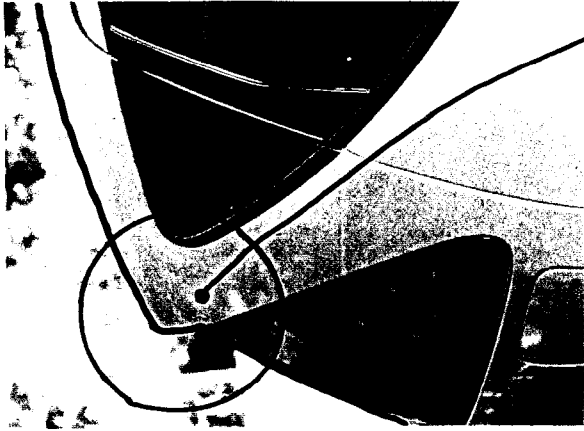
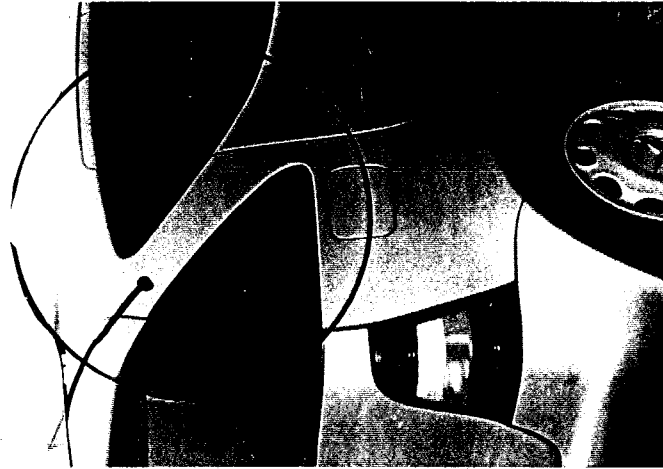
BAGAIMANA PERWUJUDAN BANGUNAN MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA YANG MEREFLLEKSIKAN KUALITAS DAN KELAS DARI MERK MERCEDES-BENZ DENGAN APLIKASI UNSUR HIGH TECH YANG MINGGUBUJIKAN ALPTRA KONSEP DESAINER LOKAL DENGAN FOCUS DI SAIN STANDAR DARI DAMIERGIESLER AG SEBAGAI PRODUSEN DARI MERCEDES-BENZ

1951
1952
1953
1954
1955
1956
1957
1958
1959
1960
1961
1962
1963
1964
1965
1966
1967
1968
1969
1970
1971
1972
1973
1974
1975
1976
1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
2025

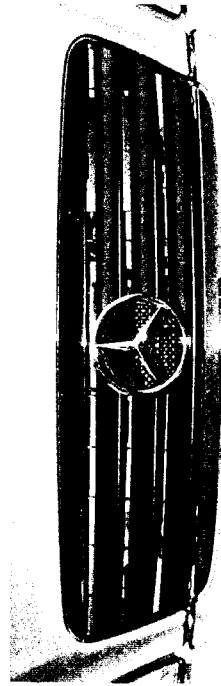


Mercedes-Benz 300 (A 10)

Mercedes-Benz 300 (A 10)

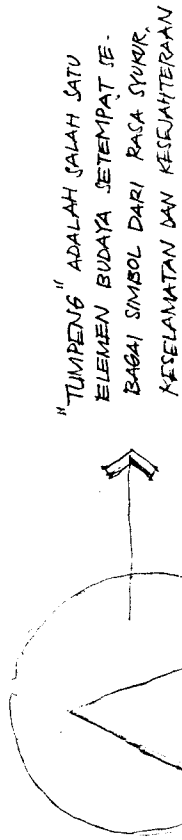


Mercedes-Benz 300 (A 10)



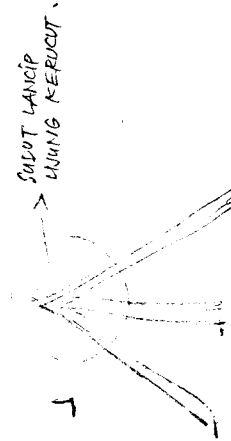
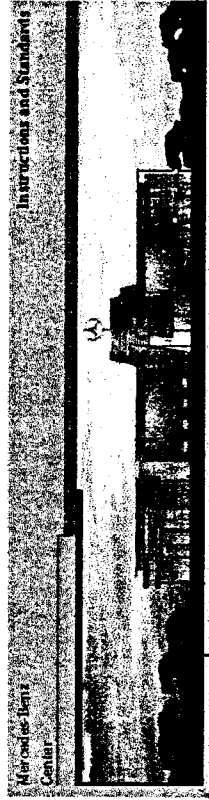
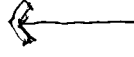
Mercedes-Benz 300 (A 10)

DENTIFIKASI & ANALISA KARAKTER FISIKA

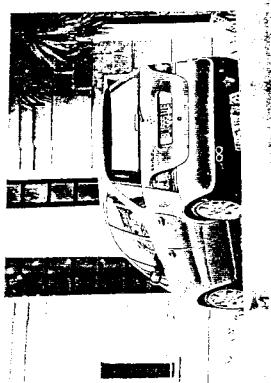
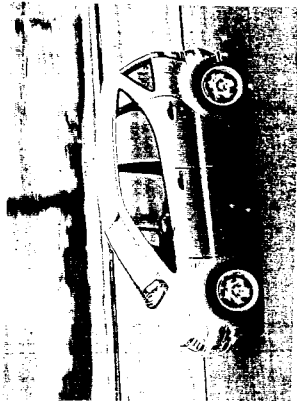


"TUMPENG" ADALAH SALAH SATU
ELEMEN BUDAYA SETEMPAT JE.
BAGAI SIMBOL DARI RASA SYUKUR,
KESELAMATAN DAN KESEJAHTERAAN

KARAKTER BANGUNAN JUGA DIDASARKAN
PADA "INSTRUCTION & STANDARDS FOR
MERCEDES-BENZ CENTER" YG DIATUR OL-
EH DAIMLER CHRYSLER AG, JERMAN



Handwritten notes on the left side of the page, possibly describing the vehicle or the location.



AT 11:30 AM, on
10/10/77

at 11:30 AM, on
10/10/77

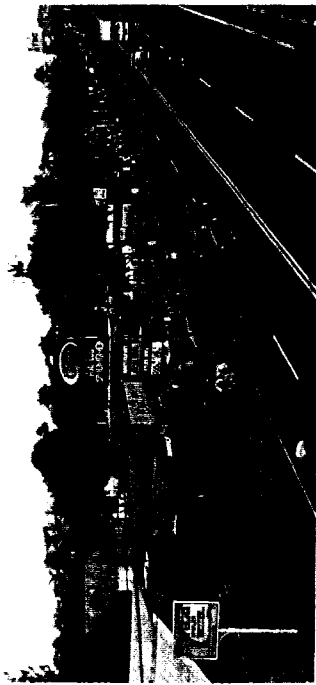
at 11:30 AM, on
10/10/77

at 11:30 AM, on
10/10/77

at 11:30 AM, on
10/10/77

at 11:30 AM, on
10/10/77

1



4

SK. BUNATI
40/KG. KSH/199
1997-2007

2



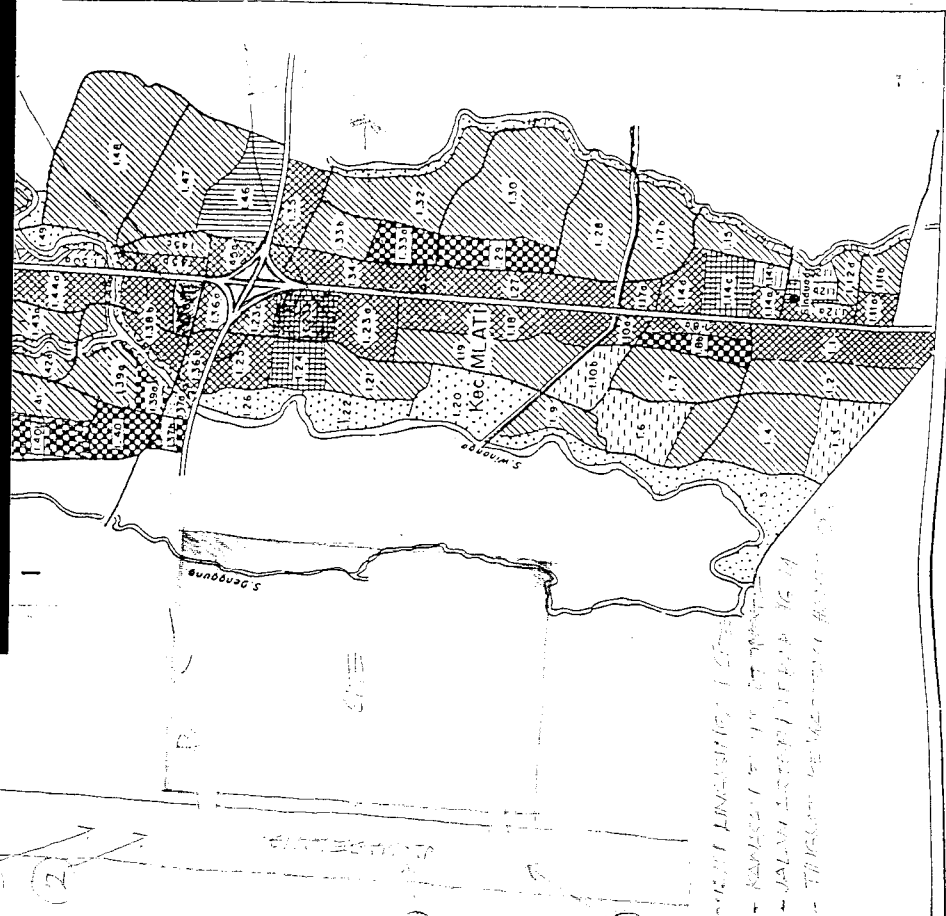
3



RENCANA DETAIL TATA RUANG

Legenda:

- Lindung / RTH
- Pertanian
- Industri
- Agribisnis
- Perdagangan
- Fasilitas Wisata
- Perkantoran
- Perumahan
- Fasilitas Pelayanan
- Terminal
- Area Parkir
- Batas Zona
- Sungai
- Jalan
- Kantor Kabupaten
- Kantor Kecamatan
- Desa
- Nomor Blok
- Nomor Zona



PROVINSI JAWA TENGAH

Kabupaten Semarang
Kecamatan Mlati
Desa Sukoharjo

Kawasan Perencanaan

Skala 1:20.000

PETA PEMANFAATAN RUJANG

| Sumber | Peta Dasar | Tematik | Kode |
|---------------|------------|----------|--------------|
| | TR | TR | |
| Perihal | N o m a | T.Tangan | Nomor Lembar |
| Dipambar oleh | | | |
| Direncanakan | | | |
| Ditelaah | | | |

KAWASAN JALAN ARTERI YOGYAKARTA - TEMPEL

201 : 14 M
KRS : 649 : 207



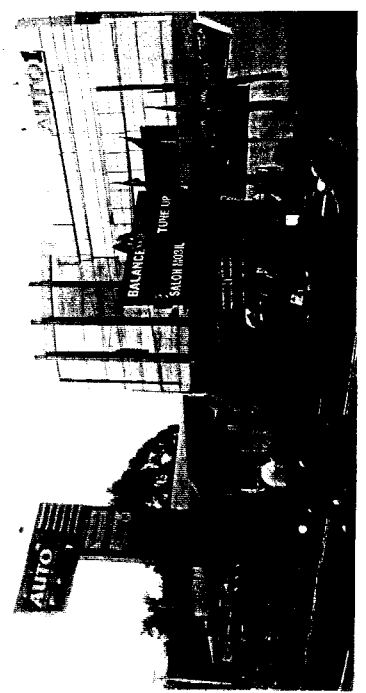
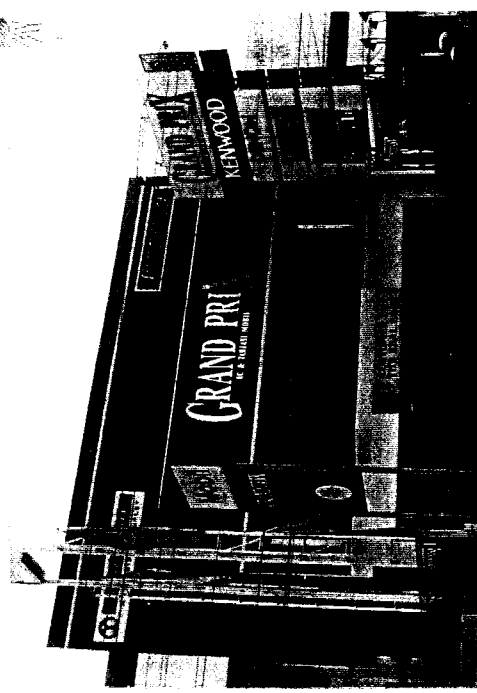
01253 2222222



**Mercedes-Benz
CENTER**

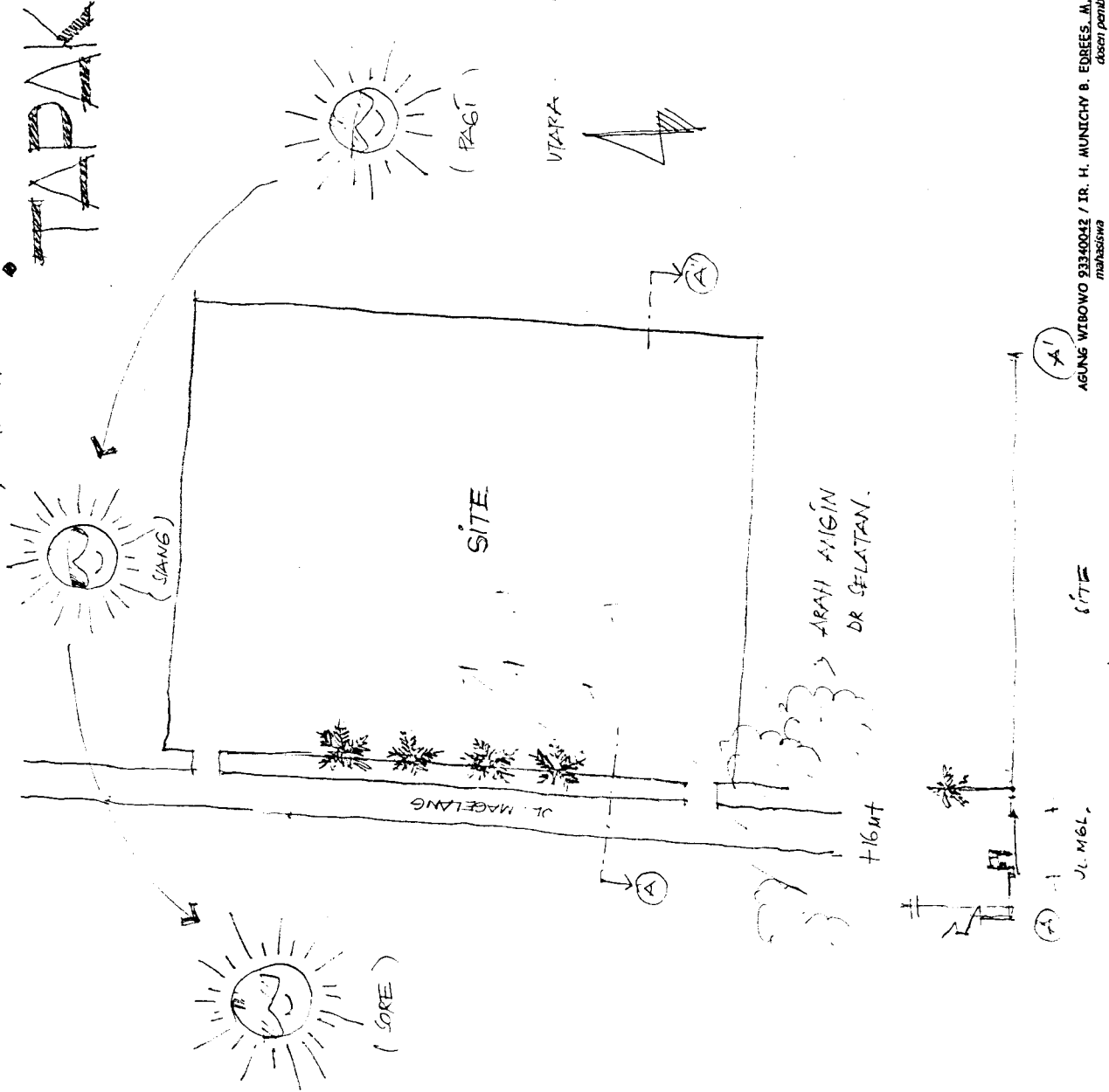
AGUNG WIBOWO 93340042 / IR. H. MUNZCHY B. EDREES, M. Arch. / ARIE RUDI SHOLIHAH, ST.
P. 021-5261616

01253 2222222



ANALISA

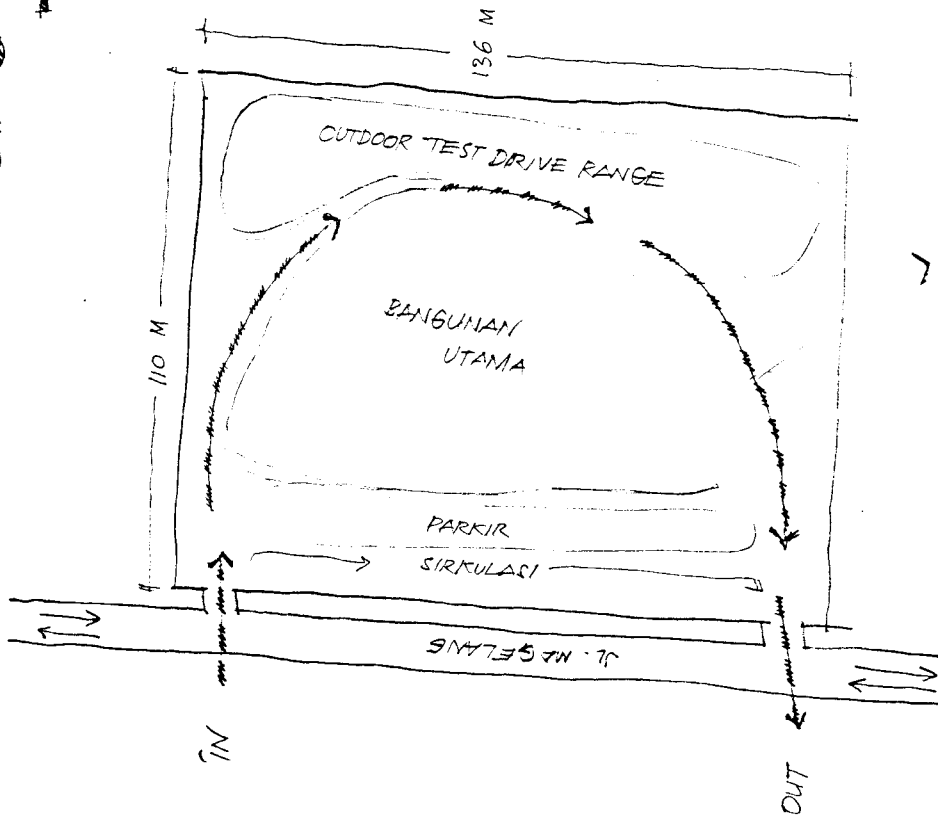
TAPAK



Mercedes-Benz
CENTER

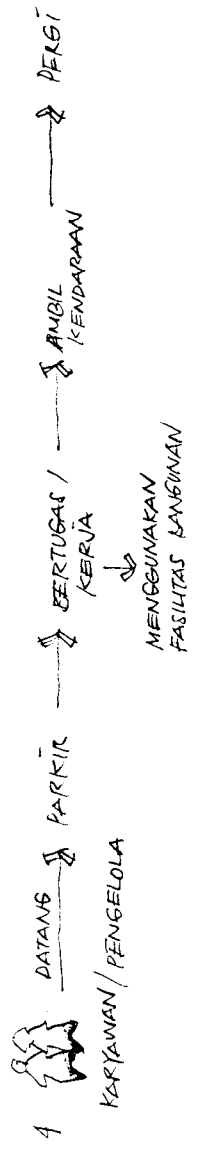
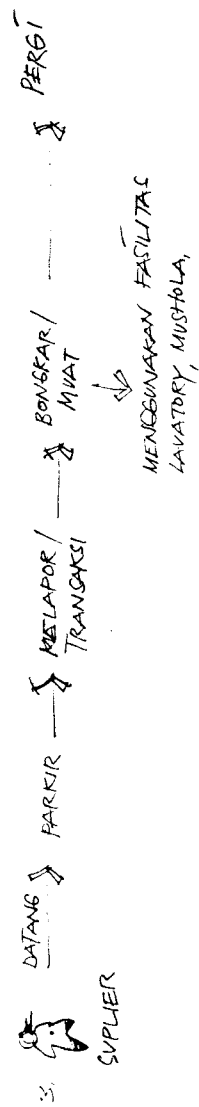
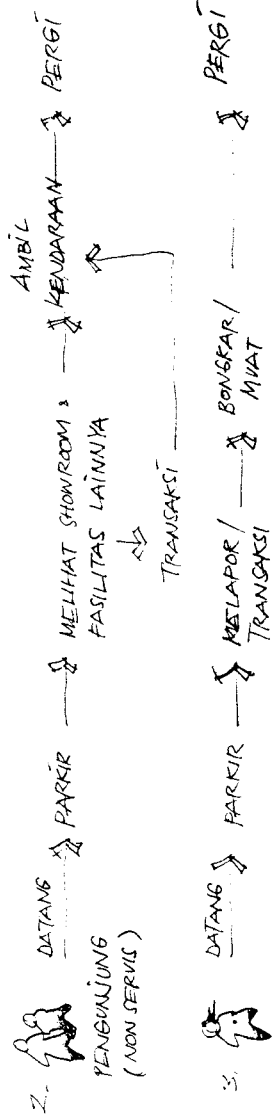
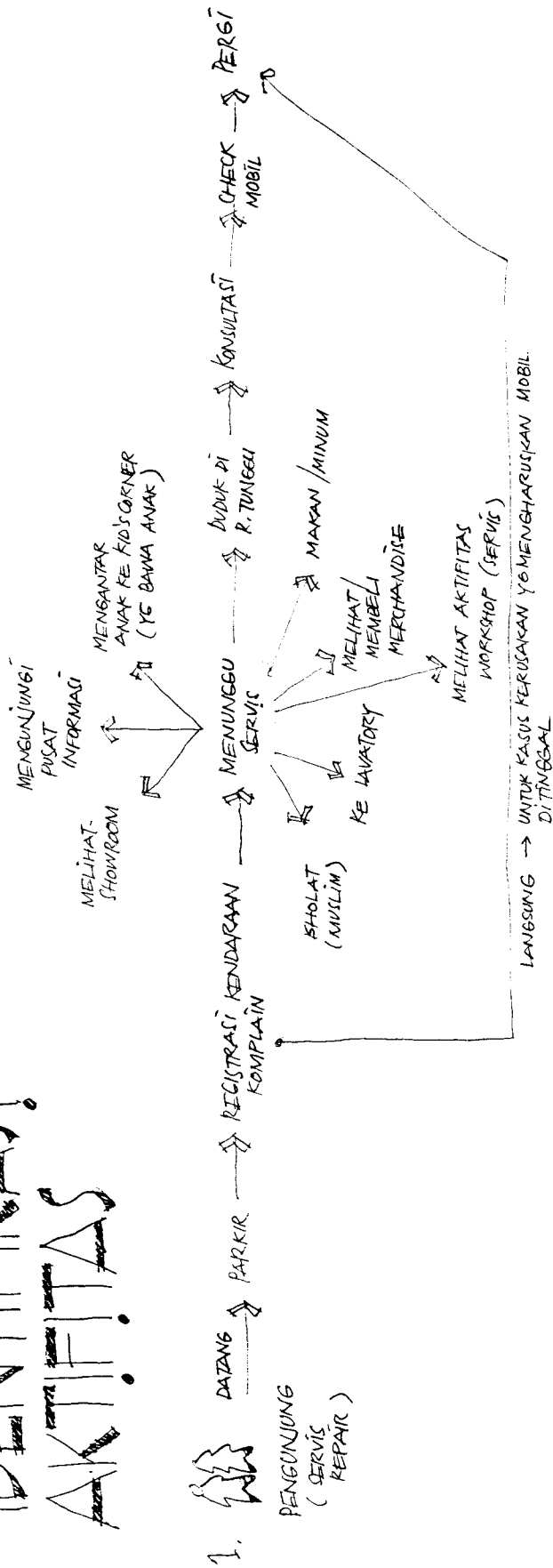
AGUNG WIBOWO 93340042 / IR. H. MUNICHY B. EDREES. M. Arch. / ARIF BUDI SHOLIHAH. ST.
MANASAWA
desain perancangan

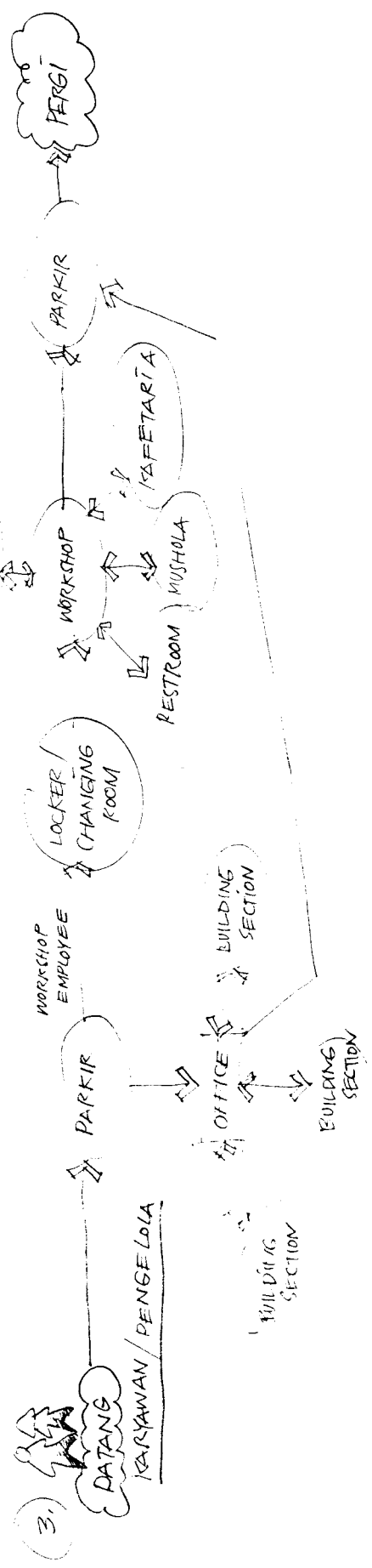
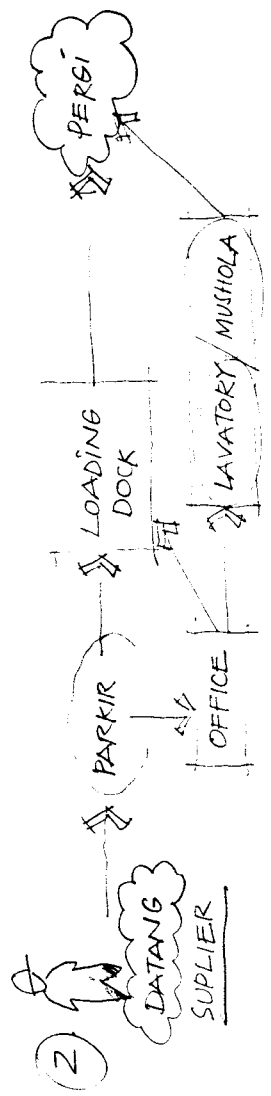
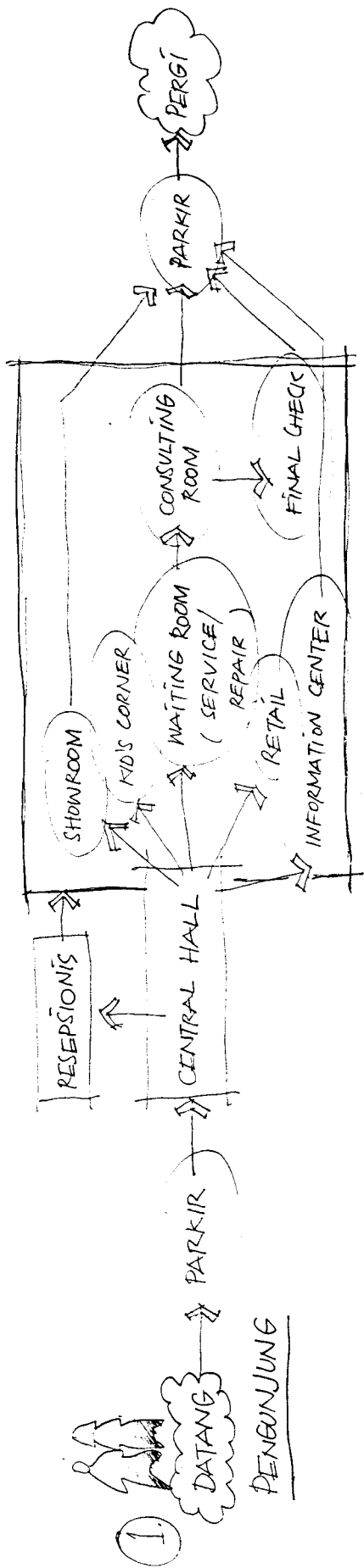
ZONING TAPAK



Mercedes-Benz
CENTER

IDENTIFIKASI AKTIFITAS



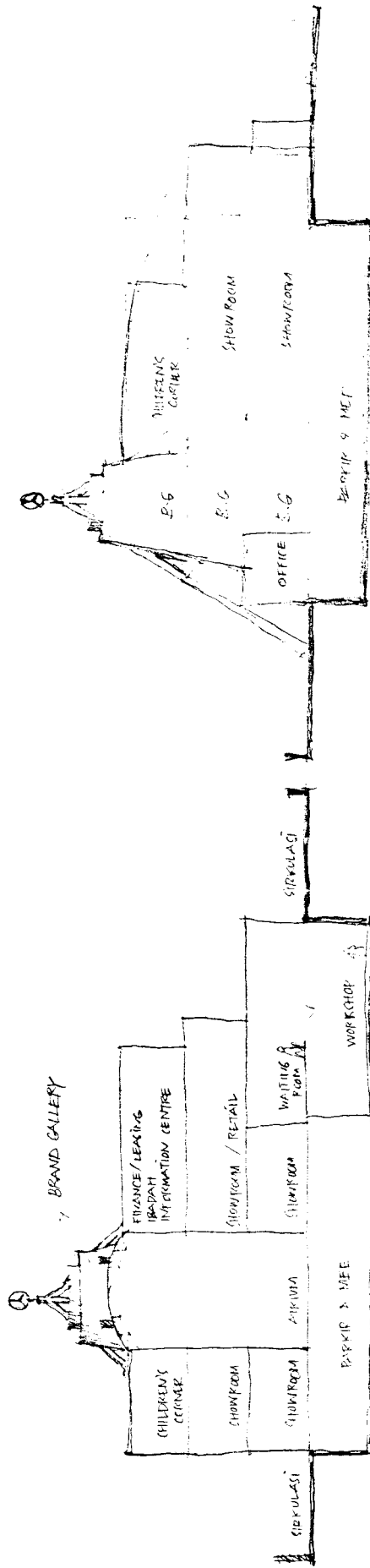


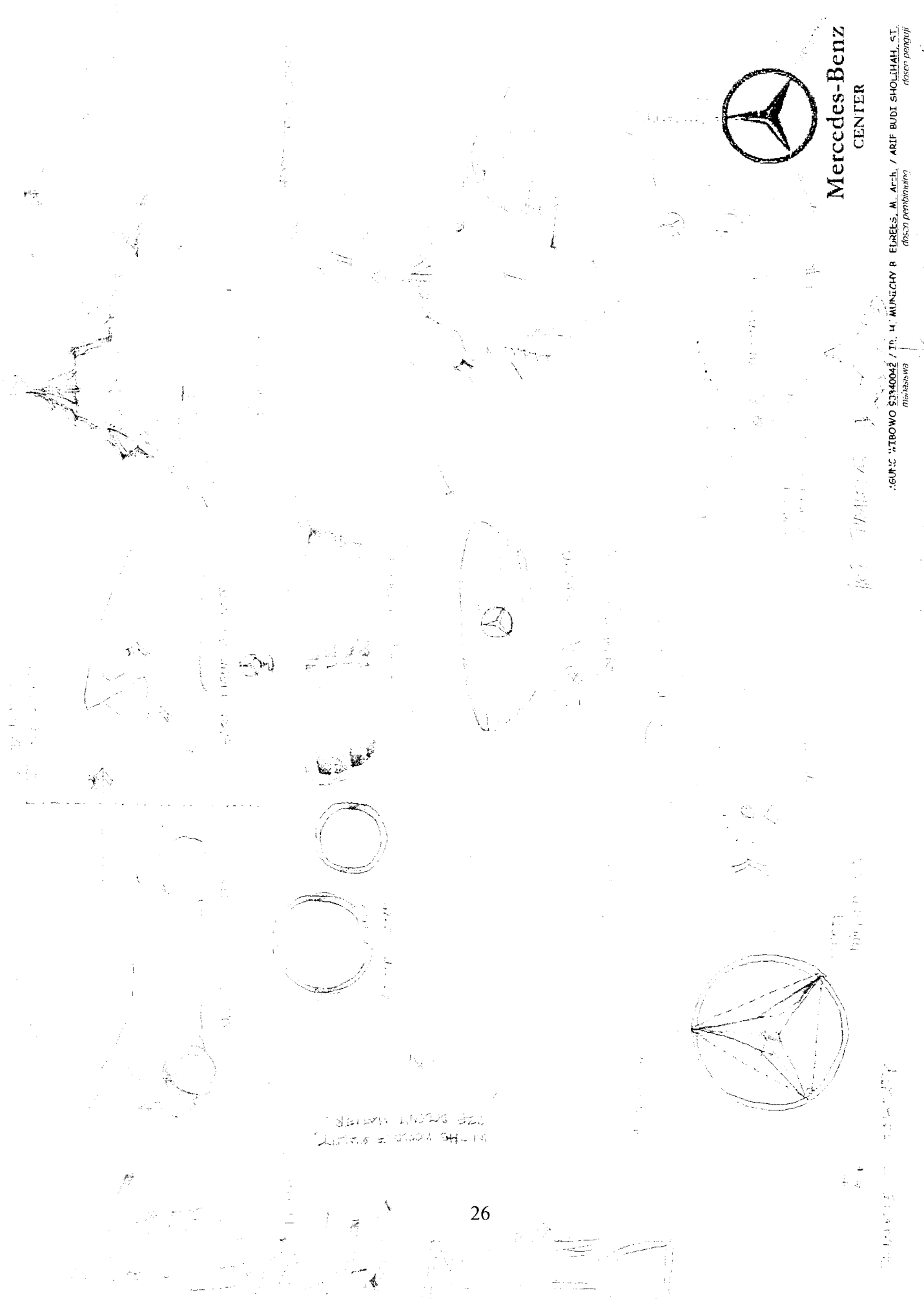
ANALISA AKTIFITAS

IDENTIFIKASI, PROGRAM, DISTRIBUSI DAN BESARAN RUANG

| BAGIAN | NAMA RUANG | JML | CAPC. | UNIT STAND. | LOKASI & LUAS (m2) | | | LUAS TOTAL | ZONING | | |
|-------------------------|-------------------------|-----|-------|-------------|--------------------|-------------|-------------|------------|--------|--------|-------------|
| | | | | | Base | Grnd. | Li. 1 | | Li. 2 | public | sm. Public |
| Presentation | Showroom Mobil Baru | 1 | 28 | 51.7 | 1448 | | 1448 | # | | | |
| | Showroom Mobil Bekas | 1 | 16 | 51.7 | | 827 | 827 | # | | | |
| | Delivery | 1 | 15 | 29.7 | 223 | 223 | 446 | | # | | |
| Sales | Brand Gallery | 1 | 1 | 1100 | 500 | 380 | 1100 | # | | | |
| | Spare Parts | 1 | 1 | 152 | 152 | | 152 | # | | | |
| | Aesoris | 1 | 1 | 200 | | 200 | 200 | # | | | |
| | Resepsionis/kantor | 2 | 4 | 17.7 | 30 | 41 | 71 | | # | | |
| | Tire & Velg Shop | 1 | 1 | 160 | 160 | | 160 | # | | | |
| | Bistro/Kafetaria | 4 | 60 | 2.9 | 120 | | 174 | # | | | |
| | Kitchen/Pantry | 4 | 20 | 2.2 | 32 | | 44 | | | # | |
| | Central Hall/Event Area | 1 | 1 | 884 | 884 | | 884 | # | | | |
| | Finance/Leasing | 1 | 3 | 15 | | 45 | 45 | | # | | |
| | Workshop | 1 | 22 | 53.2 | 1170 | | 1170 | | # | | |
| After Sales | Final Check | 1 | 4 | 24 | 96 | | 96 | | # | | |
| | Kantor Adm. Umum | 2 | 32 | 17.7 | 320 | 246 | 566 | | # | | |
| Employee | Meeting | 2 | 16 | 2 | | 32 | 32 | | # | | |
| | Workshop Emp. Lobby | 1 | 8 | 1.5 | 12 | | 12 | | # | | |
| | Locker & Changing | 1 | 50 | 0.84 | 42 | | 42 | | | # | |
| | Medical Room | 1 | 6 | 4 | 24 | | 24 | | | # | |
| | Musholla | 1 | 15 | 1.35 | | | 20 | | | # | |
| Supporting | Children's Corner | 1 | 24 | 7.2 | | 173 | 173 | # | | | |
| | Siemens Retail | 1 | 12 | 2.64 | | 32 | 32 | # | | | |
| | MB Merchandise Retail | 1 | 24 | 2.64 | | 63 | 63 | # | | | |
| | MB Information Center | 1 | 50 | 1.8 | | 90 | 90 | # | | | |
| | Lavatory | 5 | 58 | 1.7 | 18 | 22 | 99 | | | | # |
| | Mekanikal Elektrikal | 1 | 1 | 128 | 128 | | 128 | | | | # |
| | Basement Parking | 1 | 50 | 20 | 1000 | | 1000 | # | | | |
| LUAS TOTAL RUANG | | | | | 2844 | 3564 | 1984 | 706 | | | 9098 |

PROGRAM RUANG

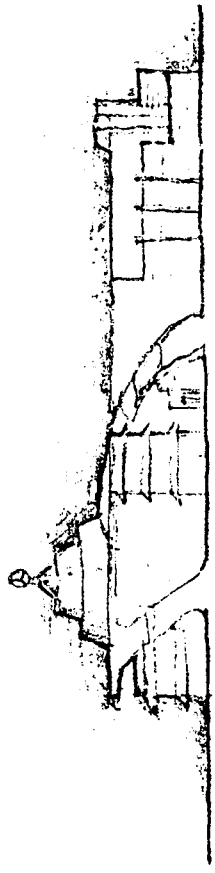
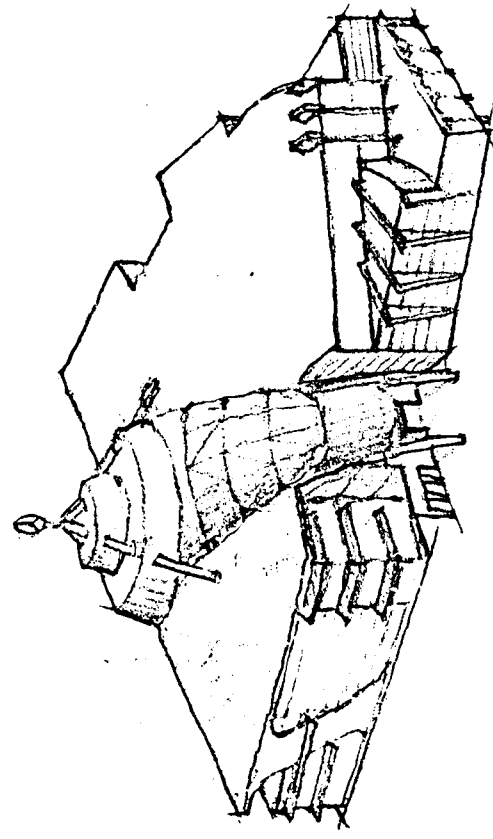




Mercedes-Benz
CENTER

DESIGNER: ARIEF BUDI SHOULIHAI, ST.
 (Mercedes-Benz Indonesia)
 DESIGNED BY: ARIEF BUDI SHOULIHAI, ST.
 (Mercedes-Benz Indonesia)

SKETSA
PERFORMA
BANGUNAN

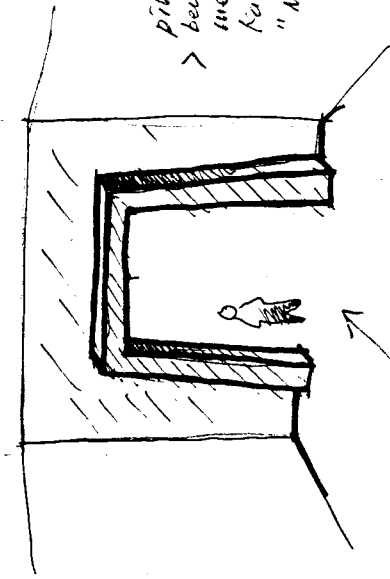


Mercedes-Benz
CENTER

AGUNG WIBOWO 23340042 / IR. H. MUNICHY B. EDREES, M. Arch. / ARIEF BUDI SHOLIHAH, ST.
mahasiswa dosen pembimbing dosen pengajar

DESIGN GUIDELINES

> bidang kaca



> sudut lancip keuncut (tapering)

Element simbol Mercedes-Benz
 > pd tempat tertinggi pd bangunan
 dan rotator

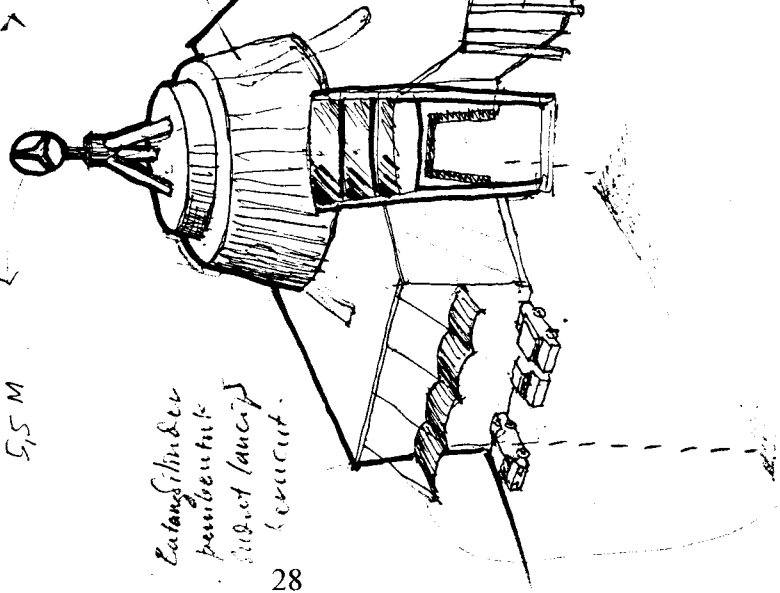
Bentuk konikal pd
 Brand gallery sbg pusat bangunan

Skylight pd

Entrance

Diameter 5,5 M

Batang silinder pembentuk sudut lancip keuncut



> kanopi pd ruang parkir baru (changing canopy)

pintu entrance berbentuk kotak, menonjol minimal 10 cm kearah "MenyeLOT"

MAIN ENTRANCE

Frame pd Glass Coverage didominasi oleh elemen horizontal (grill)

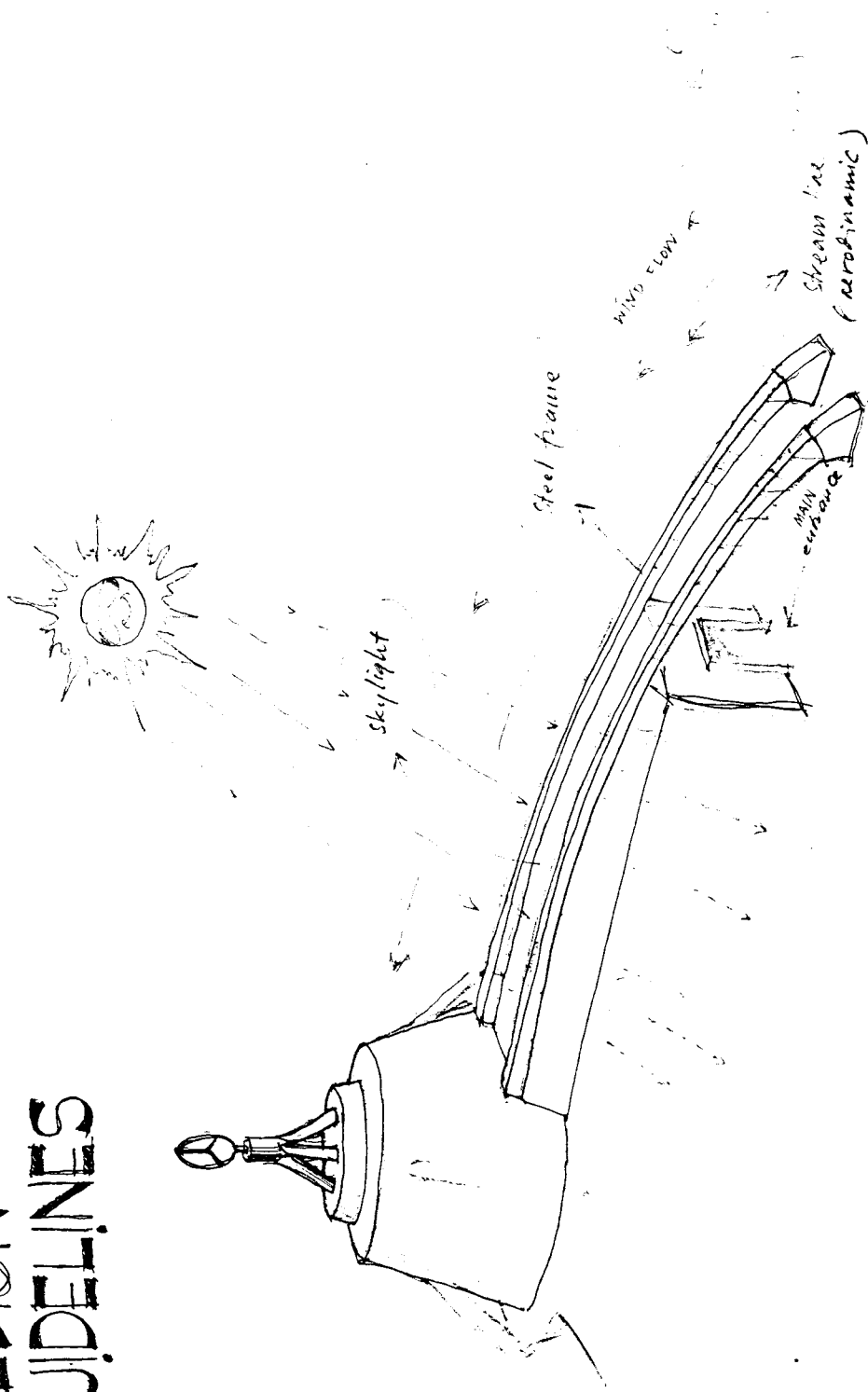
Free Standing external columns

Bentuk Susun danah adalah segitiga



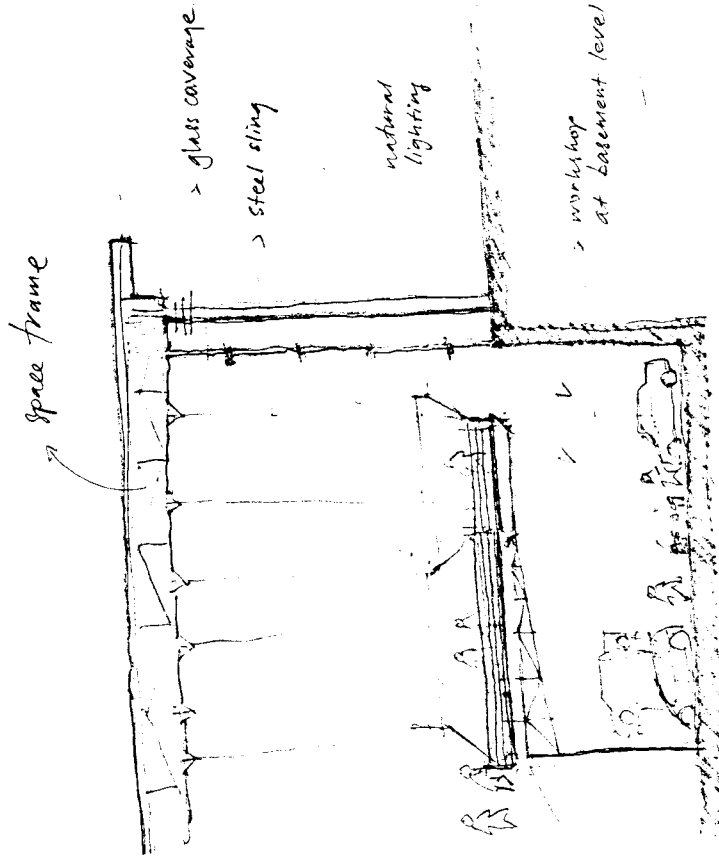
Mercedes-Benz CENTER

DESIGN GUIDELINES

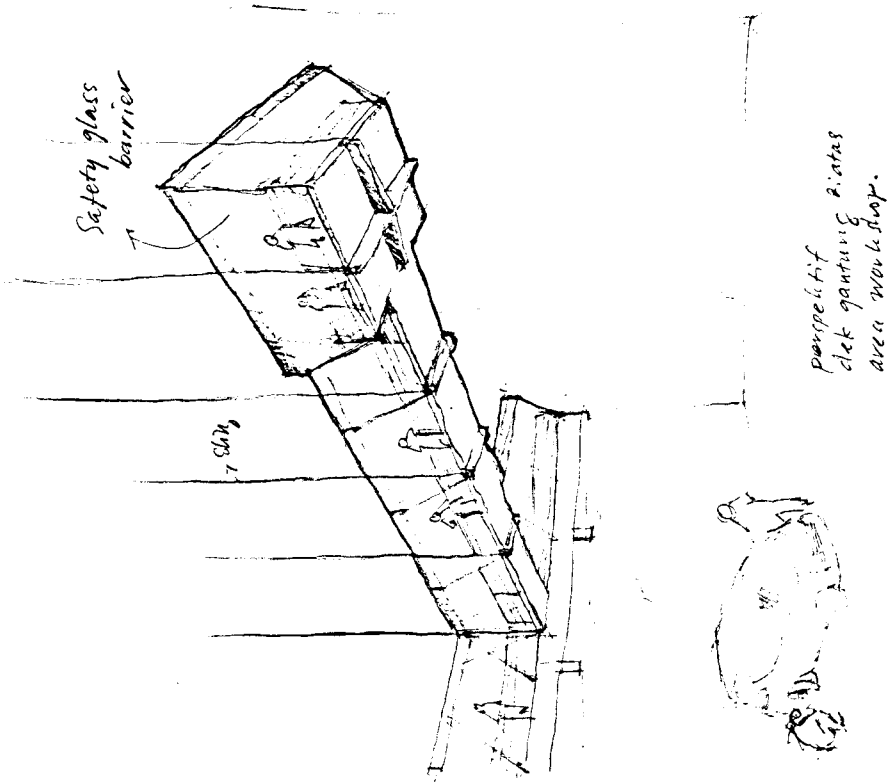


Mercedes-Benz
CENTER

DESIGN GUIDELINES



→ hanging bridge & deck for customer surveillance.



perspektif dek gantung atas area workshop.

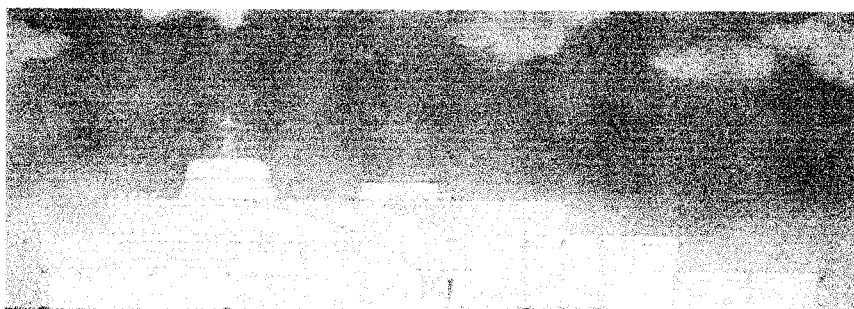


Mercedes-Benz
CENTER



LAPORAN PERANCANGAN

TUGAS AKHIR PERIODE II
JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL & PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA
2003/2004



MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA

Agung Wibowo
93 340 042
Mahasiswa

Ir. H. Munichy B. Edrees, M. Arch.
Dosen Pembimbing

LATAR BELAKANG

Sebagian besar penduduk Yogyakarta adalah mereka yang masih dalam jenjang pendidikan, baik untuk tingkatan dasar, menengah ataupun untuk yang siap diproyeksikan langsung ke dunia kerja. Maka mereka adalah sasaran potensial untuk penanaman image Mercedes-Benz. Diharapkan setelah mereka memasuki dunia bisnis, dengan image keunggulan dari Mercedes-Benz yang tertanam dengan baik, mereka nantinya akan menjadi konsumen untuk pemasaran secara langsung.

Selain itu keberadaan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta juga disesuaikan dengan fungsi dan kapasitasnya sebagai tempat pelayanan konsumen di Yogyakarta dan sekitarnya dan juga sebagai sarana penanaman image Mercedes-Benz.

PERMASALAHAN

Bagaimana perwujudan bangunan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta yang merefleksikan kualitas dan kelas dari merk Mercedes-Benz dengan mengaplikasikan unsur high tech architecture yang menggabungkan antara konsep desainer (arsitek) lokal dengan konsep standar dari DaimlerChrysler AG sebagai induk dari Mercedes-Benz.

S-Class



M-Class



A-Class



C-Class



E-Class



SPEKIFIKASI PROYEK

Judul : MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA

Lokasi : Jl. Magelang km. 6.5, Kelurahan Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Propinsi D. I. Yogyakarta.

Batas Site :

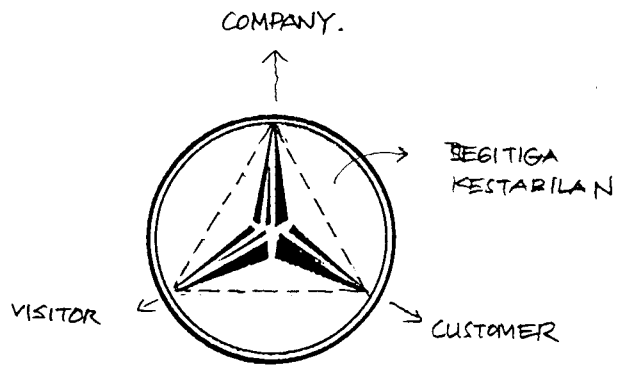
Utara : Komplek GR Auto Care 2000
Timur : Perumahan penduduk
Selatan : Komplek YDC
Barat : Jalan Magelang

Luas Lahan : 135 m x 135 m
: 18.225 m²

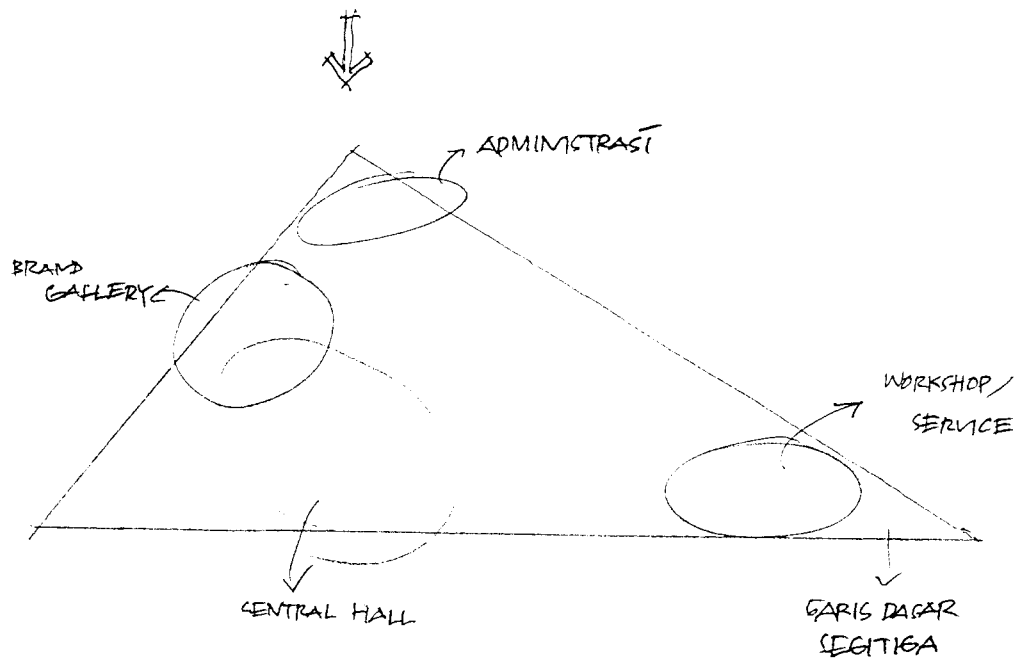
Luas Bangunan : 14.430 m²

PROSES PERANCANGAN

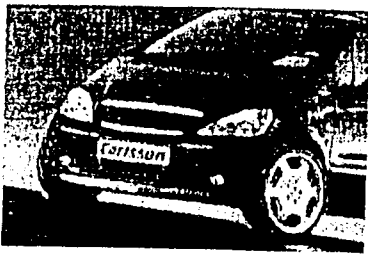
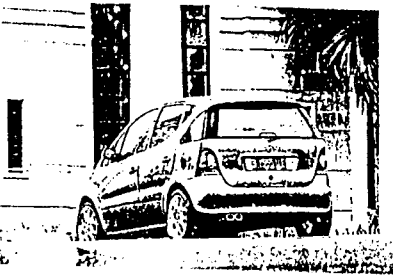
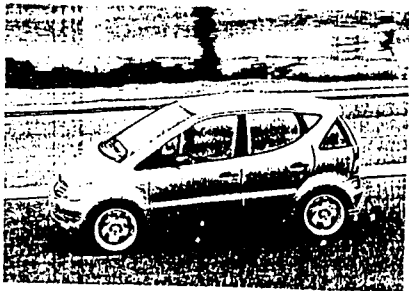
Konsep Tata Massa



Mercedes-Benz

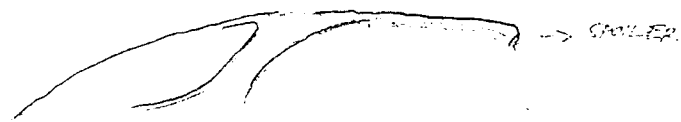


Konsep Penampilan Bangunan

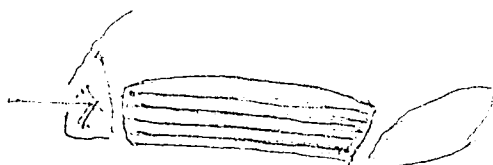


BENTUK AERODINAMIS
(STREAM LINE)

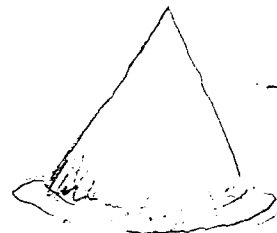
PILAR BELAKANG YE JUA MENCERAI
SEBAGAI PILAR UTAMA SEKALIGUS
3. BERGAM ELEMEN DOMINAN SAHA
A-CLASS



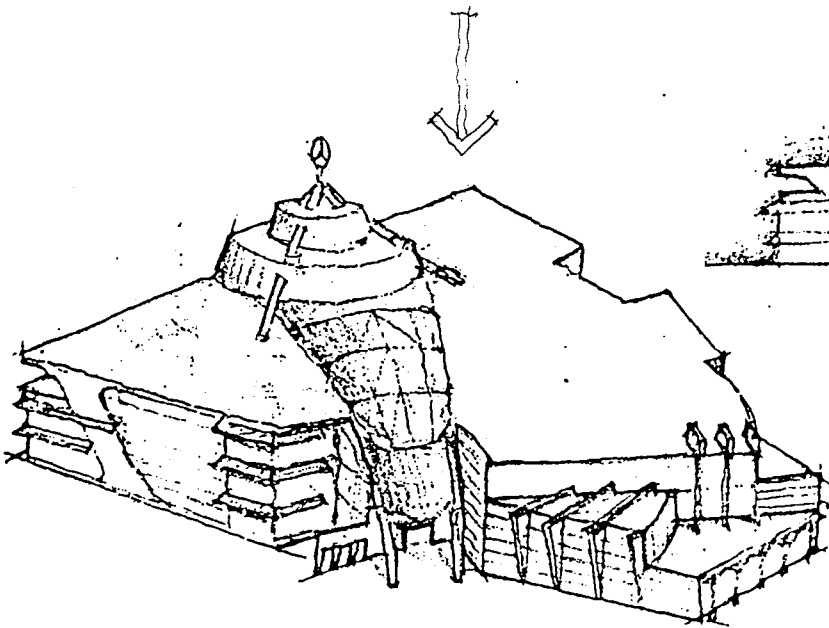
→ SPOILER



GRILL DENGAN LAMPU
SAPIS HORIZONTAL



TUMPAH



Konsep Bahan dan Struktur Bangunan

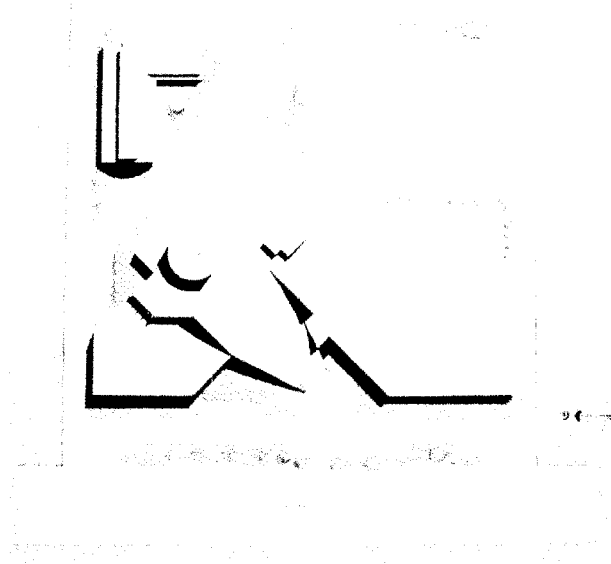
Aplikasi unsur Hightech Architecture menonjolkan ekspos pada struktur yang didominasi oleh bahan logam dan kaca. Bahan kaca digunakan pada sebagian besar dinding bangunan. Sistem yang digunakan antara lain Glacade (Suspension Glass System) yang memungkinkan penggunaan dinding kaca sampai dengan ketinggian 10,49 meter. Sedangkan jenis kaca yang digunakan bermacam-macam seperti Stopsol (Solar Heat Reflective Glass) dan Panasap (Solar Heat Absorbing Colored Glass).

Untuk struktur pada bentang lebar (24m) dipergunakan Plate Girder atau Gelagar Plat. Struktur ini mampu menahan berat pada bentang lebar bebas kolom.

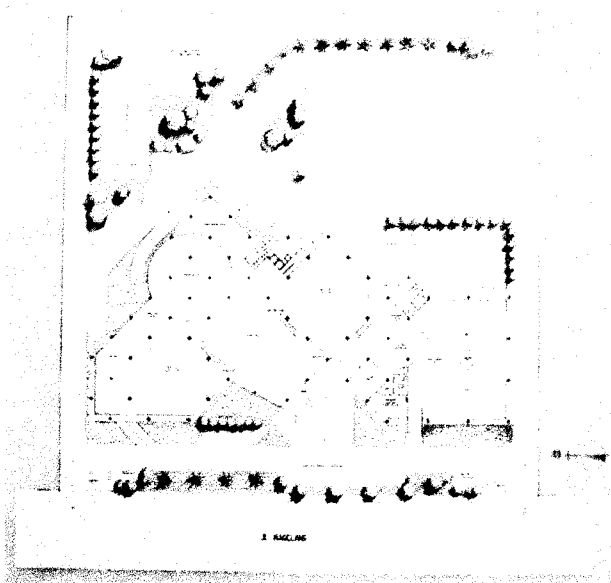
Sedangkan penggunaan bahan logam (baja) terdapat pada system space frame penyangga atap (workshop dan central hall).

HASIL RANCANGAN

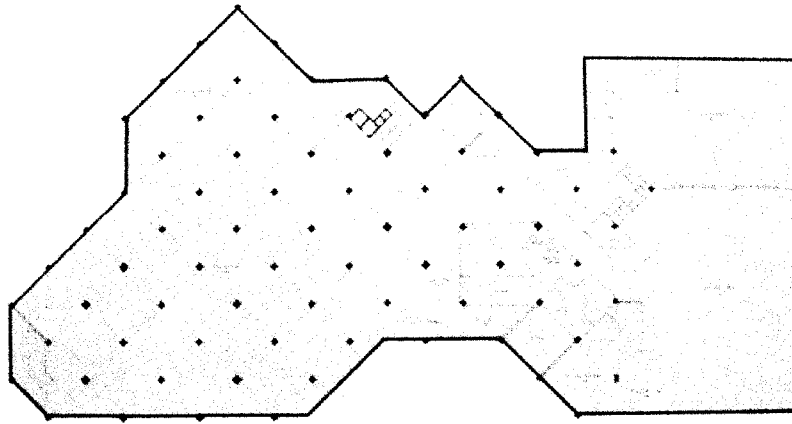
Situasi



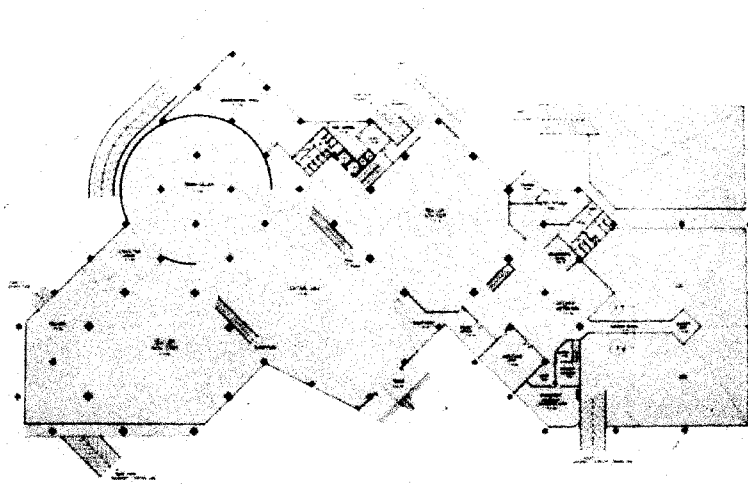
Site Plan



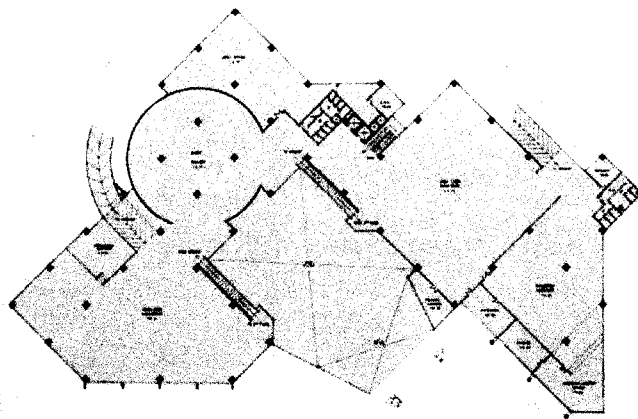
Basement



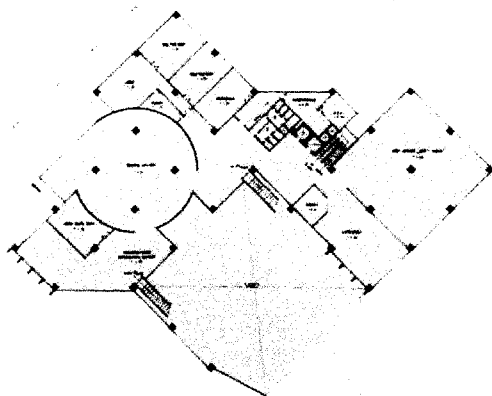
Denah Lantai Dasar



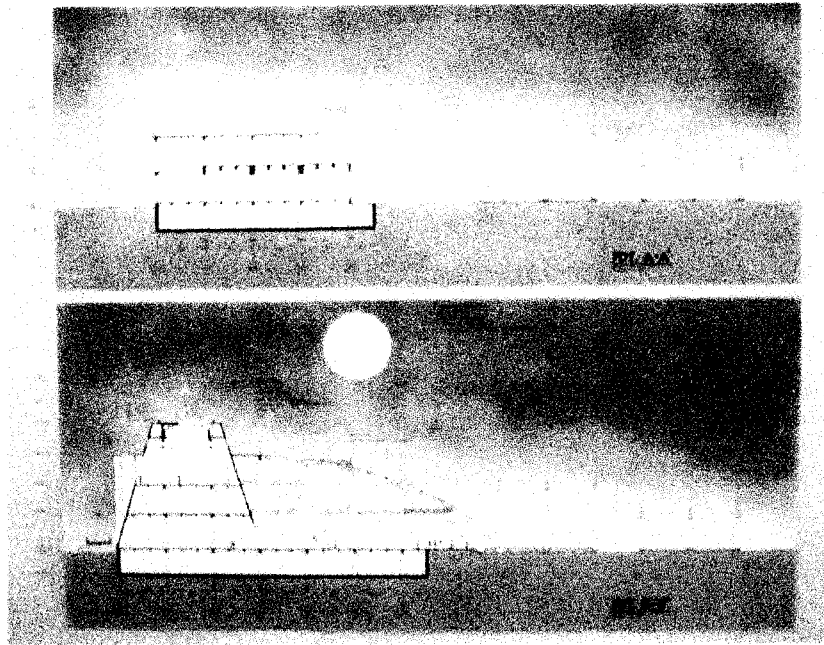
Denah Lantai Satu



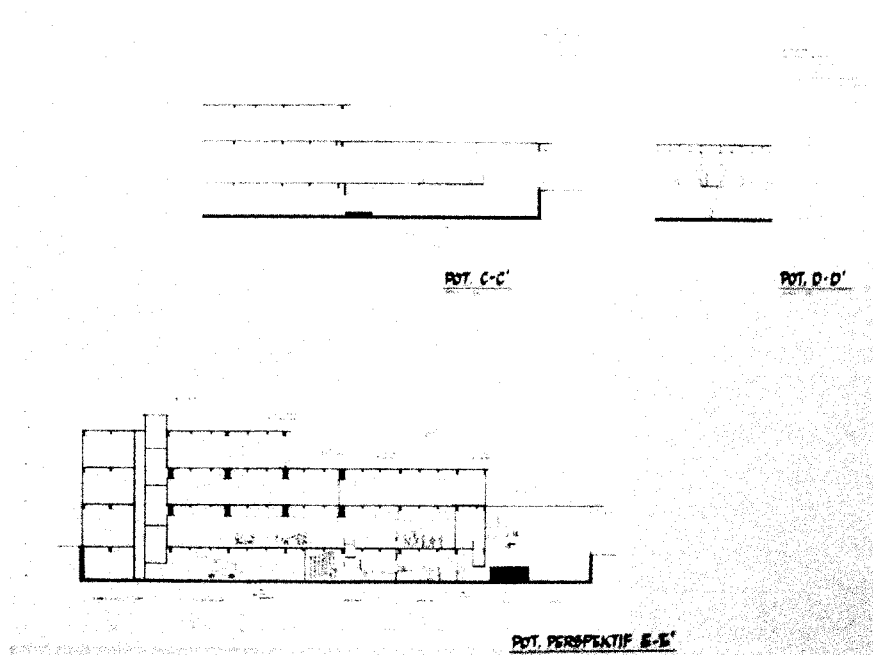
Denah Lantai Dua



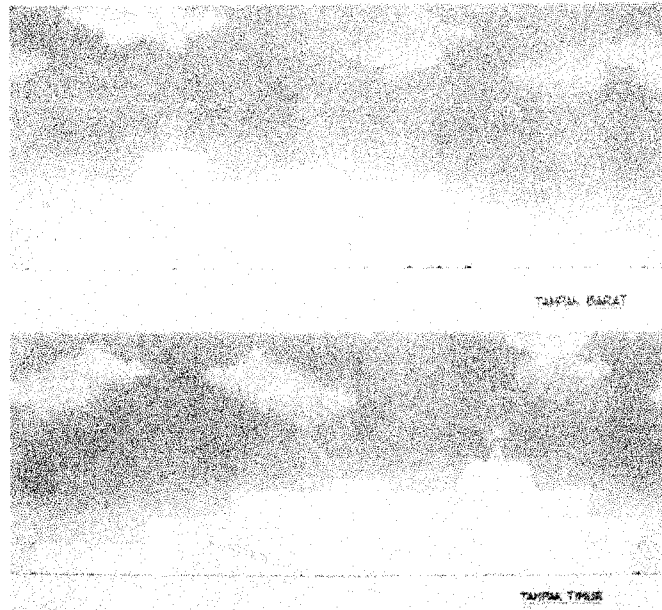
Tampak Potongan



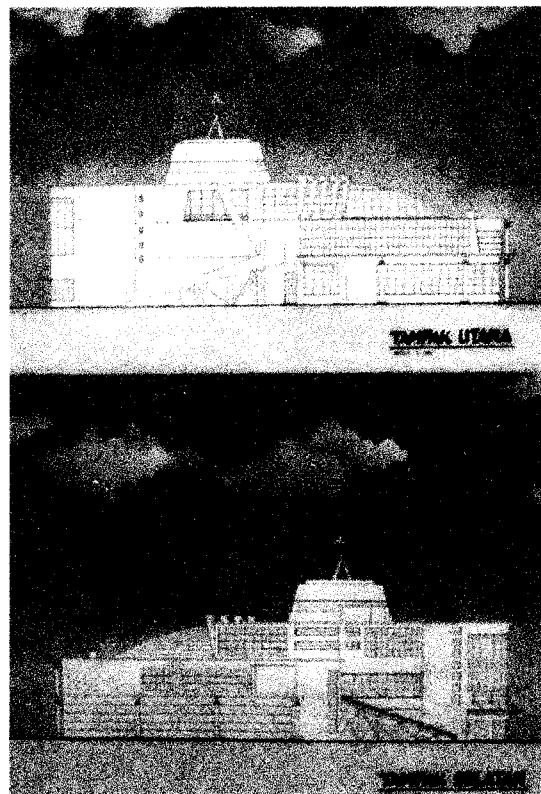
Tampak Potongan dan Prespektif Potongan



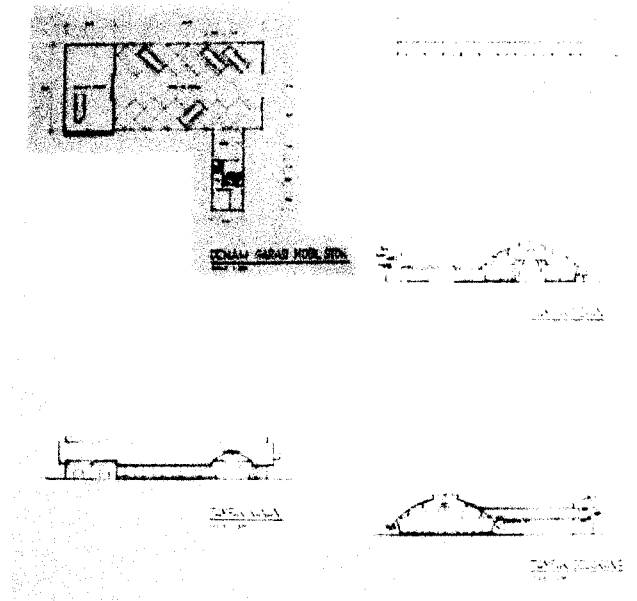
Tampak Barat dan Timur



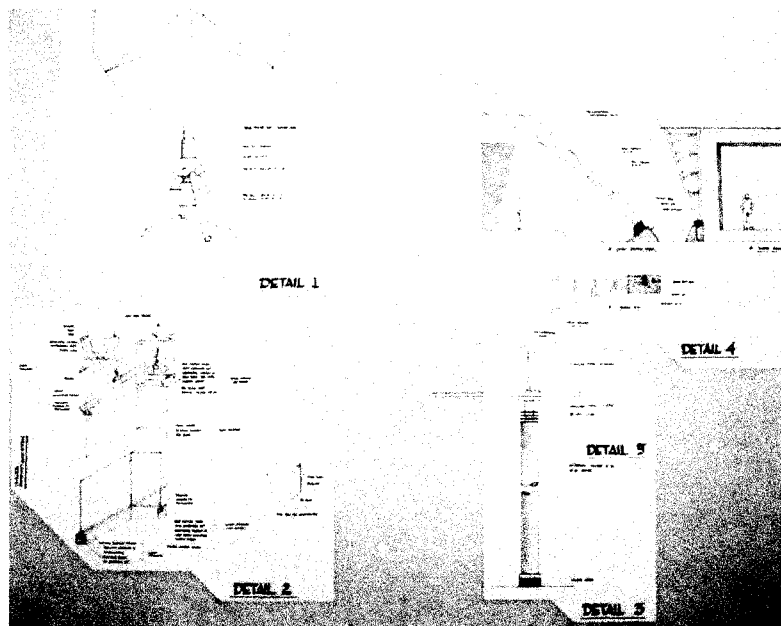
Tampak Utara dan Selatan



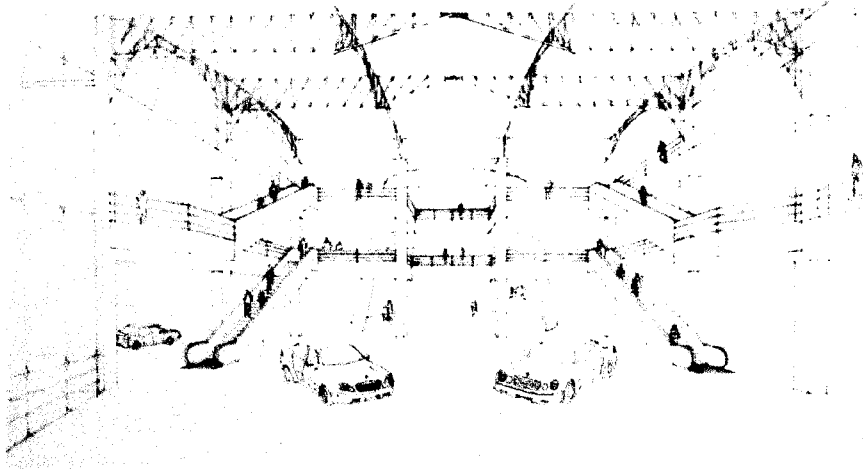
Denah dan Tampak Garasi Mobil Stok



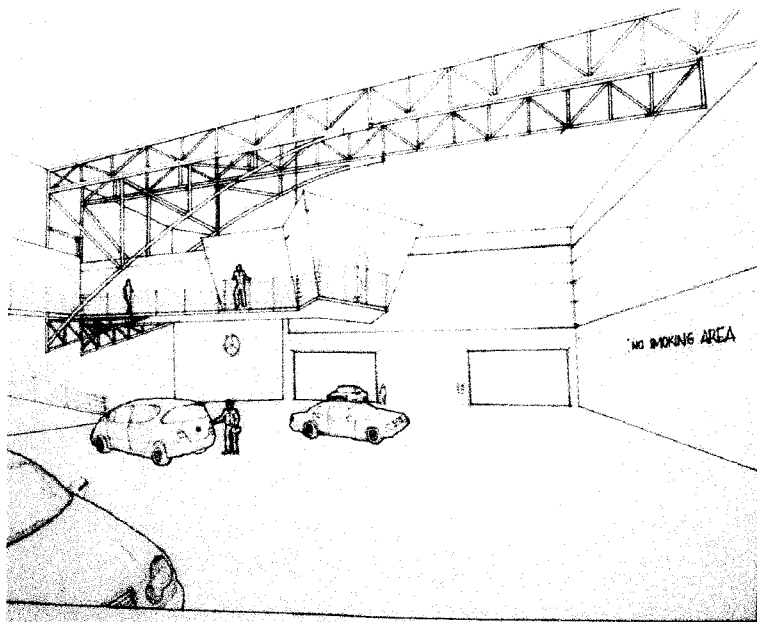
Detail



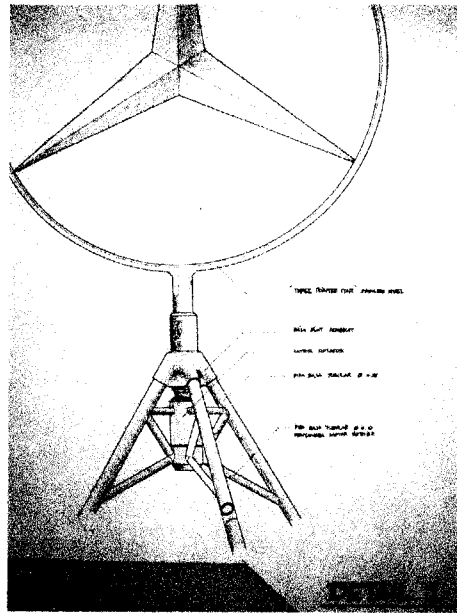
Prespektif Interior (Central Hall)



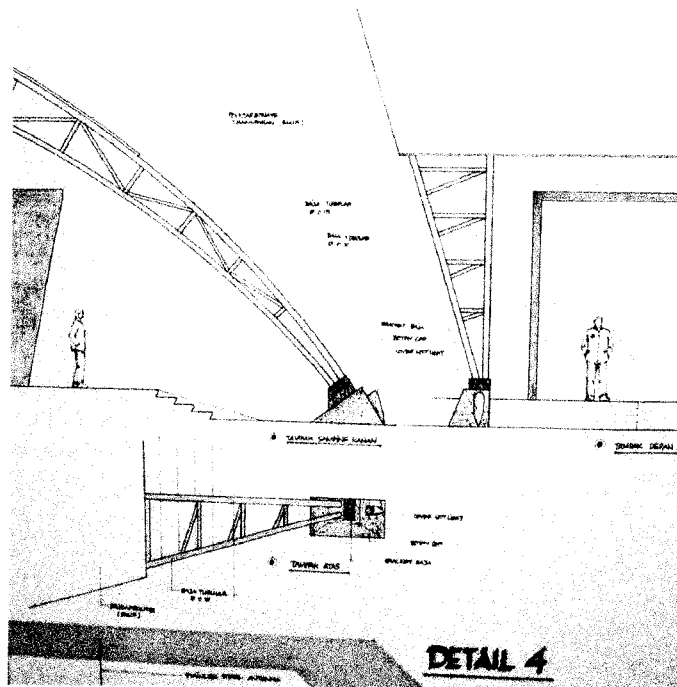
Prespektif Interior (Workshop)

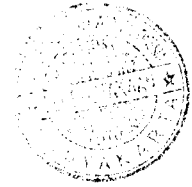


Detail "Three Pointed Star"



Detail Main Entrance





DAFTAR PUSTAKA

Budi Satria, Febra, 2002, Bengkel Khusus BMW di Yogyakarta, TA, UII, Yogyakarta.

Sulistiyono, Aris, 2002, Pusat Otomobil di Yogyakarta TA, UII, Yogyakarta.

Website : www.mercedes-benz.com

Website : www.mercedes-benz.co.id

Website : www.daimlerchrysler.com

Website : www.daimlerchrysler.co.id

Majalah Mobil, Jakarta.