

PERPUSTAKAAN MESP UII

HADIRI/2007

TGL. TERIMA :

20 Maret 2007

NO. JUDUL :

05 2333

NO. INDUK :

LAPORAN TUGAS AKHIR
PUSAT VOLKSWAGEN YOGYAKARTA

Transformasi Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan dan Tata Ruang

YOGYAKARTA VOLKSWAGEN CENTRE

Transformation of Frog Metamorphosis into Building Form and Spatial Arrangement



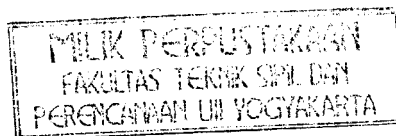
Oleh :

Wawan Setiawan

00.512.223

Dosen Pembimbing :

Ir. H. Revianto Budi Santosa, M. Arch



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

2006

- Teman-temanku, sekantor ; YIP (*my Boss*), E, IS, SB, MRR, AS, AK, AH, JA, HP'thanks buat maketnya' (*LBF crew*) atas waktu yang diberikan untukku. *Get involved, get professional, get result.*
- Pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. *Thanks for all.*

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun laporan ini, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penulisan berikutnya. Mohon maaf apabila ada yang kurang berkenan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Juli 2006

Penulis

Wawan Setiawan

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Abstrak	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Perkembangan Mobil sebagai Komoditi Bisnis	1
1.1.2. Distribusi dan Layanan Volkswagen	2
1.1.3. Jaringan Komunitas Volkswagen	3
1.1.4. Integritas Fungsi Showroom dan Pusat Komunitas Volkswagen	4
1.1.5. Metamorfosis Kodok sebagai Kiasan	5
1.2. Rumusan Permasalahan	5
1.2.1. Permasalahan Umum	5
1.2.2. Permasalahan Khusus	6
1.3. Tujuan dan Sasaran	6
1.3.1. Permasalahan Umum	6
1.3.2. Permasalahan Khusus	6
1.4. Keaslian Penulisan	6
1.5. Metode Pembahasan	7
1.6. Sistematika Pembahasan	8
1.7. Kerangka Pola Pikir	9

BAB II. DATA DAN ANALISA

2.1. Tapak dan Lokasi	10
2.2. Tinjauan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok	12
2.2.1. Prinsip dan Teknik Transformasi	12
2.2.2. Ciri-ciri dan Karakteristik Metamorfosis Kodok	13
2.2.3. Penerapan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok	

ke dalam Bentuk Bangunan	14
2.2.4. Penerapan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok ke dalam Tata Ruang	15

BAB III. KONSEP RANCANGAN

3.1. Pemahaman Konsep	20
3.2. Integrasi Bangunan dalam Site	20
3.2.1. Zoning menurut Bentuk Kegiatan	20
3.2.2. Penggabungan Bangunan	21
3.3. Konsep Pencitraan Bentuk Bangunan	22
3.4. Konsep Penataan Ruang	23

BAB IV. PROSES RANCANGAN

4.1. Kriteria Rancangan	24
4.1.1. Spesifikasi Proyek	24
4.1.2. Karakteristik Tapak dan Lokasi	24
4.1.3. Tujuan Rancangan	25
4.2. Tahap Rancangan	25
4.2.1. Titik pangkal penempatan prototipe pada site	25
4.2.2. Gubahan Massa	26
4.2.3. Penataan Landscape	28
4.2.4. Sirkulasi	29
4.2.5. Karakter Ruang	30
4.2.6. Facade Bangunan	31
4.2.7. Sistem Struktur Bangunan	33

BAB V. HASIL RANCANGAN

5.1. Situasi	34
5.2. Site Plan	35
5.3. Denah Lantai 1	36
5.4. Denah Lantai 2	36
5.5. Tampak Depan	37
5.6. Tampak Samping Kanan	38
5.7. Tampak Samping Kiri	38

5.8. Tampak Belakang	39
5.9. Potongan	39
5.10. Rencana-rencana	40
5.11. Aksonometri Bangunan	41
5.12. Perspektif Bangunan	42
Daftar Pustaka	44
Lampiran (Gambar-gambar Perancangan)	45

DAFTAR TABEL DAN DIAGRAM

Tabel 2.1.	Kebutuhan dan besaran ruang	18
Diagram 1.1.	Kerangka pola pikir	9
Diagram 3.1.	Pemahaman konsep	20

DAFTAR GAMBAR

Gbr. 1.1. Volkswagen Passenger Cars	2
Gbr. 1.2. Pasar Rakyat VW 2005, Prambanan	4
Gbr. 2.1. Peta lokasi atau site terpilih	10
Gbr. 2.2. Site terpilih	11
Gbr. 2.3. Suasana sekeliling site atau lokasi terpilih	11
Gbr. 2.4. Jaringan infrastruktur dan drainase	12
Gbr. 2.5. Fase metamorfosis kodok	14
Gbr. 2.6. Refleksi dari fase metamorfosis kodok	15
Gbr. 2.7. Perbandingan besaran ruang	19
Gbr. 3.1. Penzoningan ke dalam site	21
Gbr. 3.2. Penggabungan bangunan	21
Gbr. 3.3. Facade bangunan yang diolah	22
Gbr. 3.4. Konsep pencitraan bentuk bangunan	22
Gbr. 3.5. Konsep penataan ruang	23
Gbr. 4.1. Lokasi atau site terpilih	24
Gbr. 4.2. Dimensi New-Carravelle	25
Gbr. 4.3. Dimensi Press-Kit Stage	25
Gbr. 4.4. Titik pangkal penempatan prototipe pada site	26
Gbr. 4.5. Massa unit showroom	26
Gbr. 4.6. Massa unit layanan purna jual	27
Gbr. 4.7. Massa unit pusat komunitas	27
Gbr. 4.8. Gubahan massa	28
Gbr. 4.9. Vegetasi perindang dan pemecah angin	28
Gbr. 4.10. Penataan landscape	29
Gbr. 4.11. Pola sirkulasi linier pada ruang luar	29
Gbr. 4.12. Pola sirkulasi grid dan spine pada ruang luar	30
Gbr. 4.13. Unit ruang showroom	30
Gbr. 4.14. Unit ruang penjualan spare-part	30
Gbr. 4.15. Unit ruang pusat komunitas	31
Gbr. 4.16. Facade showroom	31
Gbr. 4.17. Facade main-entrance	32
Gbr. 4.18. Facade pusat komunitas	32

Gbr. 4.19. Facade bangunan keseluruhan	32
Gbr. 4.20. Sistem struktur bangunan	33
Gbr. 4.21. Sistem struktur unit ruang showroom	33
Gbr. 4.22. Sistem struktur unit ruang komunitas	33
Gbr. 5.1. Situasi	34
Gbr. 5.2. Site plan	35
Gbr. 5.3. Denah lantai 1	36
Gbr. 5.4. Denah lantai 2	36
Gbr. 5.5. Miniatur frog metamorfosis concept	37
Gbr. 5.6. Tampak depan	37
Gbr. 5.7. Tampak samping kanan	38
Gbr. 5.8. Tampak samping kiri	38
Gbr. 5.9. Tampak belakang	39
Gbr. 5.10. Potongan A-A	39
Gbr. 5.11. Potongan C-C	39
Gbr. 5.12. Potongan B-B	40
Gbr. 5.13. Potongan D-D	40
Gbr. 5.14. Rencana pondasi	41
Gbr. 5.15. Rencana atap	41
Gbr. 5.16. Rencana kolom dan balok lantai 1	41
Gbr. 5.17. Rencana kolom dan balok lantai 2	41
Gbr. 5.18. Aksonometri Bangunan	41
Gbr. 5.19. Perspektif mata burung	42
Gbr. 5.20. Perspektif eksterior (arah barat daya)	42
Gbr. 5.21. Perspektif eksterior (arah tenggara)	42
Gbr. 5.22. Perspektif eksterior (unit ruang showroom)	42
Gbr. 5.23. Perspektif eksterior (unit ruang komunitas)	42
Gbr. 5.24. Perspektif interior (ruang showroom)	43
Gbr. 5.25. Perspektif interior (ruang stok mobil)	43
Gbr. 5.26. Perspektif interior (ruang presentasi digital)	43
Gbr. 5.27. Perspektif interior (ruang hall/atrium)	43
Gbr. 5.28. Perspektif interior (ruang selasar lantai 2)	43
Gbr. 5.29. Perspektif interior (ruang komunitas lantai 2)	43

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

PUSAT VOLKSWAGEN YOGYAKARTA

Transformasi Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan dan Tata Ruang

YOGYAKARTA VOLKSWAGEN CENTRE

Transformation of Frog Metamorphosis into Building Form and Spatial Arrangement

Oleh :

Wawan Setiawan

00.512.223

Telah disetujui dan disahkan di

Yogyakarta, Juli 2006

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Ir. H. Revianto Budi Santosa, M. Arch

Mengetahui,

Ketua Jurusan Arsitektur

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Universitas Islam Indonesia



Ir. Hastuti Saptorini, MA

PUSAT VOLKSWAGEN YOGYAKARTA

Transformasi Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan dan Tata Ruang

Oleh :

Wawan Setiawan - 00.512.223

ABSTRAK

Popularitas salah satu produk Volkswagen di Indonesia, yaitu *VW Kodok* yang merupakan sebutan lain masyarakat terhadap mobil jenis *Beetle*, menjadi kiasan dari konsep dasar perancangan dengan mengkaji proses perubahan bentuk, perubahan gerak dan perubahan warna pada tiga fase utama metamorfosis kodok.

Yogyakarta, dengan berbagai daya tarik yang dimilikinya telah menjadikan kota ini sebagai sentra bagi beberapa daerah disekitarnya dan menjadi kota tujuan utama dari kota-kota lain, sehingga potensial untuk dijadikan salah satu titik penyebarannya. Hal tersebut didukung pula oleh jaringan komunitas Volkswagen di Yogyakarta yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempromosikan kehadirannya kembali di Indonesia.

Bentuk dan pergerakan statis, warna dominan transparan yang merupakan ciri dari fase bertelur diterapkan pada *showroom* sebagai pusat penjualan mobil baru, lalu *workshop* sebagai unit fasilitas layanan purna jualnya menggunakan material serupa namun mulai menunjukkan pergerakan dengan mengolah bentuk yang melebar sebagai refleksi dari fase berudu atau kecebong. Fungsi lokal, yaitu pusat komunitas dimana berfungsi sebagai titik pangkal kegiatan dan tempat untuk mendapatkan berbagai informasi, baik keanggotaan, event-event, maupun informasi dari Volkswagen itu sendiri, menggunakan bentuk dan elemen-elemen yang lebih dinamis disertai dengan penggunaan material yang beragam. Secara keseluruhan, bentuk dan fungsi, kegunaan dan keindahan bersatu dalam wujud yang efektif dan ekspresif menjadi Pusat Volkswagen Yogyakarta.

Keberadaan bangunan terpadu dari showroom, layanan purna jual dan pusat komunitas ini diharapkan dapat membangun kembali *brand image* Volkswagen di hati masyarakat Yogyakarta khususnya, serta masyarakat Indonesia pada umumnya, sehingga dapat memperkuat dominasi Volkswagen dalam dunia bisnis otomotif. *Aus Liebe zum Automobil - For the Love of the Automobile.*

KATA PENGANTAR

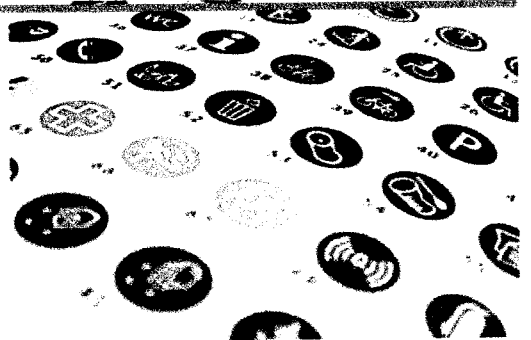


Assalamu alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta izin-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir yang berjudul **Pusat Volkswagen Yogyakarta, Transformasi dari Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan dan Tata Ruang** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir merupakan tugas yang wajib dikerjakan oleh mahasiswa sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Starta Satu (S1) di Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia. Dalam menyelesaikannya tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- Ibuku, ibuku, ibuku dan Ayahku atas doa, kasih sayang dan kesabaran dalam membesarkan buah hatimu.
- Adik-adikku, Dedi, Agus dan Nida atas semua dukunganmu. *I love you all.*
- Nenek, Kakek, Bibi, Paman, Keponakan dan seluruh keluarga besar Baing Jayawinata atas nasihat-nasihat dan motivasinya.
- Kekasihku (*aku tidak menulis namamu sesuai permintaanmu*) atas semua cintamu. *I can do it, baybe.*
- Ir. H. Revianto Budi Santosa, M. Arch selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, atas bimbingan dan semangat yang diberikan kepadaku dengan tiada hentinya. *I'll find all about me and architecture.*
- Ir. Hj. Rini Darmawati, MT selaku Dosen Penguji Tugas Akhir, atas semua saran dan kritiknya.
- Dosen-dosen lainnya atas semua amalan ilmunya selama masa perkuliahanku di Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
- Teman-temanku, seperjuangan TA ; Bang Zura, Bang Endro, Bang Jaya (*why..?*), Guruh dan Wawan atas *sharingnya*. *Welcome to the jungle.*
- Teman-temanku, seperjuangan kuliah ; angkatan 2000, angkatan sebelum atau sesudahnya atas keceriaannya.
- Teman-temanku, seatap (*khususnya*) ; Ithink, Badrun, Ablex, Abba, Edi, Tiar dan atau pernah seatap di Jogja (*umumnya*) atas semua partisipasinya.





PUSAT VOLKSWAGEN YOGYAKARTA

Transformasi dari Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan dan Tata Ruang

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.1.1. Perkembangan Mobil sebagai Komoditi Bisnis

Kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam memenuhi tuntutan daya akses yang cepat dan daya jelajah yang luas telah menjadikan mobil sebagai salah satu faktor komoditi bisnis, hal tersebut sangat mempengaruhi laju pertumbuhan populasi mobil di dunia, termasuk di Indonesia, yang semakin meningkat.

Meski belum ada data yang resmi, hingga kini populasi mobil di Indonesia diperkirakan mencapai angka 6,5 juta unit yang di dominasi oleh pabrikan asal Asia, seperti Jepang dan Korea. Walaupun demikian, mobil-mobil Eropa dan Amerika turut juga meramaikan persaingan kendaraan roda empat ini, diantaranya Mercedes Benz, BMW, Volvo, Audi, Opel Blazer, Volkswagen, Renault Kangoo, dan Jaguar. Masuknya mobil-mobil Eropa dan Amerika tersebut tidak lepas dari dihapuskannya peraturan pemerintah tentang larangan memasukkan barang impor ke Indonesia pada tahun 1999 serta pencabutan pajak penjualan barang mewah pada tahun 2005, sehingga para produsen mobil di seluruh dunia saling bersaing dalam merebut pasar konsumen di Indonesia, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dengan mengembangkan berbagai teknologi untuk membentuk *brand image* terhadap sebuah produk yang mencakup penampilan fisik dan kemampuan mesin, serta keamanan dan kenyamanan bagi pengguna mobil.

Dari sekian banyak merek, salah satu produsen mobil Eropa yang tengah gencar-gencarnya membangun kembali *brand image* di Indonesia adalah Volkswagen yang di produksi oleh Volkswagen AG, Wolfsburg, Jerman.



1.1.2. Distribusi dan Layanan Volkswagen

PT. Car & Cars Indonesia (CCI), distributor resmi *Volkswagen Passenger Cars* di Indonesia, mulai memperkenalkan *New Beetle*, *Golf* dan *Passat* pada tahun 2001 yang menandai kehadirannya kembali mobil penumpang Volkswagen di Indonesia dengan desain dan teknologi yang lebih modern. Pada tahun berikutnya, *New Polo* diperkenalkan dan mendapat sambutan hangat dari pasar Indonesia. Lalu pada tahun 2003, CCI juga menambah jajaran modelnya dengan memperkenalkan *New Beetle Cabriolet*¹. Pada tahun 2005, Volkswagen dengan produknya *New Golf* dan *Tuareg* meraih angka penjualan sebanyak 141 unit, sementara itu *New Caravelle* terjual sebanyak 87 unit dan pada tahun 2006 ini CCI akan menargetkan penjualan sebanyak 200 unit².



New Beetle



Golf



Passat



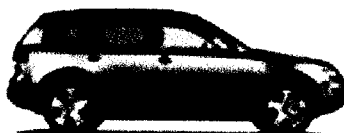
New Polo



New Beetle Cabriolet



New Golf GTi



Tuareg



New Caravelle

Gbr. 1.1. Volkswagen Passenger Cars
Produk-produk Volkswagen yang di pasarkan di Indonesia

¹ www.volkswagen.co.id

² *Republika*, Kamis, 26 Januari 2006



Untuk melayani permintaan konsumen yang semakin meningkat, CCI yang berkantor pusat di kawasan Pluit, Jakarta Utara, terus berupaya untuk memperluas jaringan dan peningkatan mutu pelayanan sesuai standar dan principal Volkswagen. Salah satunya adalah menambah *showroom* atau dealer-dealer resmi standar internasional dan layanan purna jual yang dijalankan secara profesional di beberapa kota besar lainnya. Sebut saja Yogyakarta, dengan berbagai daya tarik yang dimiliki telah menjadikan kota ini sebagai sentra bagi beberapa daerah disekitarnya dan menjadi kota tujuan utama dari kota-kota lain sehingga potensial untuk dijadikan salah satu titik penyebaran Volkswagen.

1.1.3. Jaringan Komunitas Volkswagen

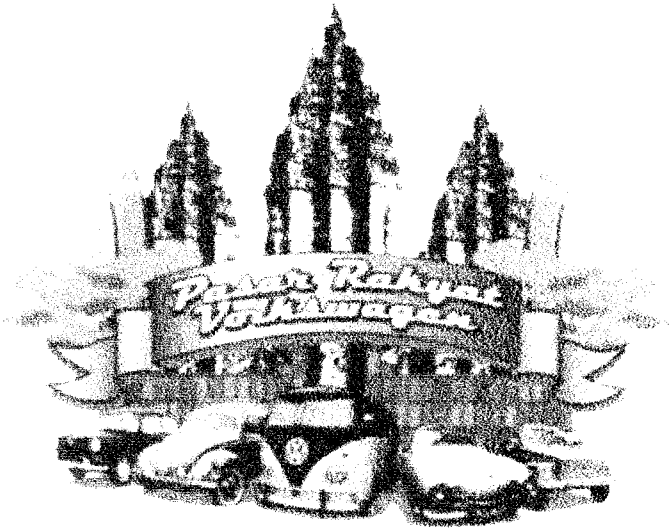
Nama mobil Volkswagen (VW) pada tahun 1970-an yang sangat populer di Indonesia selain *VW Safari* dan *VW Kombi* adalah *VW Kodok* (sebutan dari *VW Beetle*), desain yang unik dari transformasi *egg-shell* kumbang ke dalam sebuah kendaraan roda empat yang di dukung oleh mesin teknologi Jerman menjadikannya tangguh di berbagai medan. Selain itu, *VW Kodok* dikenal juga sebagai mobil rakyat dan dianggap yang paling murah. Rakyat, karena mobil ini banyak dipakai di kalangan rakyat Indonesia ketika itu.

Banyaknya jumlah pemilik dan penggemar Volkswagen tersebut telah menumbuhkan komunitas-komunitas dari daerah atau divisinya masing-masing yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Di Yogyakarta, seringkali terlihat iring-iringan mobil bermata (lampu depan) *membelalak* menuju kawasan Kaliurang atau kawasan-kawasan wisata lainnya, baik yang tergabung dalam Volkswagen Club Yogyakarta, Paguyuban Pemilik dan Penggemar Volkswagen Yogya maupun komunitas Volkswagen lainnya dari luar daerah.

Kegiatan tersebut bukanlah tanpa tujuan apa-apa, melainkan untuk sarana berkomunikasi sekaligus berkreasi bahkan sarana untuk melakukan bakti sosial dan kemanusiaan. Kegiatan lain yang diselenggarakan oleh beberapa promotor diantaranya *event-event*



seperti balap (*drag ; circuit ; sprint ; rally*), kontes (standar maupun modifikasi), *roadshow, open market* dan sebagainya.



Gbr. 1.2. Pasar Rakyat VW 2005, Prambanan

Salah satu event yang di selenggarakan oleh komunitas Volkswagen

Untuk mewadahi anggota dari tiap komunitas yang semakin bertambah tersebut maka diperlukan sebuah *pusat komunitas* sebagai titik pangkal untuk mendapatkan berbagai informasi, baik keanggotaan, event-event, maupun yang terkait dengan informasi dari Volkswagen itu sendiri.

1.1.4. Integritas Fungsi Showroom dan Pusat Komunitas Volkswagen

Showroom merupakan ruang atau tempat untuk memajang suatu produk tertentu dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya sehingga diharapkan dapat menarik minat untuk memiliki bagi orang yang melihatnya. Jika yang dipajang adalah mobil, maka akan terjadi jual-beli dimana pihak dealer sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli produk. Dalam hal ini showroom berfungsi sebagai tempat komersil. Sedangkan pusat komunitas, secara tipologi, memang berhubungan erat dengan masalah sosial, terutama dalam sebuah konteks pemikiran yang ideal hal tersebut sering dipahami sebagai sebuah tempat atau sarana untuk menuju keberhasilan dan memperlihatkan eksistensi suatu kelompok yang memiliki hubungan sosial yang lebih baik.



Bentuk dan fungsi, keindahan dan kegunaan bersatu dalam wujud yang efektif maupun ekspresif³. Hal tersebut mendasari *pengintegrasian* dari showroom Volkswagen yang berfungsi sebagai tempat promosi dan penjualan yang didukung oleh fasilitas layanan purna jualnya kemudian disatukan dengan kebutuhan fungsi lokal, yaitu pusat komunitas.

1.1.5. Metamorfosis Kodok sebagai Kiasan

Studi Arsitektur, seperti pada disiplin ilmu yang lain, harus melibatkan hal-hal yang lampau, pengalaman-pengalaman terdahulu, tentang semua usaha dan prestasi, sebagai sumber yang dapat dipelajari dan dipetik hikmahnya⁴, dengan mengkiaskan sesuatu yang menggambarkan keduanya. Misalnya ; 25 tahun yang lalu, tidak sedikit masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa *VW Beetle* adalah *VW Kodok*, sebuah anggapan yang tidak beralasan tapi dapat diterima dan begitu populer. Di pihak lain Volkswagen sendiri mulai memproduksi ulang jenis *VW Beetle* ini dengan mengubahnya ke dalam bentuk dan teknologi yang lebih modern.

Dari keterangan diatas, jika dirangkai akan terlihat suatu kiasan yang unik disini, familiar terhadap kodok dan perubahan bentuk. Kiasan tersebut *ditafsirkan* menjadi sebuah konsep transformasi (perubahan bentuk) dari *metamorfosis kodok* (yang familiar) kemudian diterapkan dalam bentuk bangunan dengan arsitektur yang modern, sehingga diharapkan bangunan modern akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen dan sesuatu yang familiar diharapkan dapat lebih mengakrabkan masyarakat dengan Volkswagen.

1.2. Rumusan Permasalahan

1.2.1. Permasalahan Umum

Bagaimana perwujudan Pusat Volkswagen Yogyakarta melalui konsep transformasi dari metamorfosis kodok dengan penerapan arsitektur modern yang menggabungkan showroom dan pusat komunitas Volkswagen.

³ Y.B. Mangunwijaya, *Wastu Citra*

⁴ Francis D.K. Ching, *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya*



1.2.2. Permasalahan Khusus

- Bagaimana bentuk bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta melalui konsep transformasi dari metamorfosis kodok.
- Bagaimana penataan ruang Pusat Volkswagen Yogyakarta melalui konsep transformasi dari metamorfosis kodok.

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Merancang Pusat Volkswagen Yogyakarta yang menekankan integrasi beberapa fungsi kegiatan dengan penataan ruang, struktur dan bentuk disertai penerapan arsitektur modern ke dalam bangunan.

1.3.2. Sasaran

Merumuskan konsep perancangan yang dapat dijadikan acuan dalam mengolah bentuk bangunan dan penataan ruang-ruangnya, sehingga diharapkan mampu memunculkan site yang mendukung perancangan Pusat Volkswagen Yogyakarta, konsep dasar transformasi dari metamorfosis kodok ke dalam arsitektur modern serta pengolahan bentuk bangunan dan komposisi ruang melalui konsep transformasi dari metamorfosis kodok.

1.4. Keaslian Penulisan

Untuk membedakan dan menghindari kesamaan penulisan, beberapa penulisan tugas akhir yang digunakan sebagai pembanding dan studi literatur adalah :

- Tugas Akhir Arsitektur Ull, **Showroom Otomotif di Yogyakarta**, Arinto Wibowo, 1997, Aspek Teknologis sebagai Pembentuk Citra.
- Tugas Akhir Arsitektur Ull, **Jogja Otomotif Center di Yogyakarta**, Subhan Ahmadi, 2003, Penekanan Citra High Tech dan Sistem Aerodinamika pada Bangunan.
- Tugas Akhir Arsitektur Ull, **Bengkel Modifikasi Mobil Toyota di Yogyakarta**, Eka Erdianto, 2005, Penekanan pada Pencitraan Bangunan dan Tata Ruang dalam Menggunakan Elemen Teknologi Tinggi.



1.5. Metode Pembahasan

1.5.1. Tahap Pencarian Data

- Observasi Lapangan, yaitu melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mendapatkan lokasi yang berpotensi dan mendukung perancangan.
- Studi Literature, yaitu mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan showroom dan pusat komunitas, metamorfosis kodok, serta teori dan referensi pendukung dari berbagai media yang digunakan sebagai acuan awal untuk menganalisa dan mengkaji lebih lanjut, sehingga memunculkan alternatif-alternatif dalam proses perancangannya.

1.5.2. Tahap Analisa

- Analisa tapak dan lokasi.
- Analisa bentuk bangunan dengan menggunakan transformasi dari konsep metamorfosis kodok yang diterapkan ke dalam arsitektur yang modern.
- Analisa ruang dilakukan secara kualitatif pada pola hubungan antar ruang dengan mempertimbangkan aspek aktivitas yang diwadahi dalam bangunan tersebut.

1.5.3. Tahap Sintesa

Merupakan tahap penyaringan data dan analisa yang digunakan untuk pedoman selama dalam masa perancangan.

1.5.4. Tahap Perumusan Konsep

Merupakan tahap pengambilan keputusan, batasan-batasan dan arahan perancangan yang diambil melalui berbagai pertimbangan dalam proses sebelumnya.

1.5.5. Tahap Perancangan

Dalam tahap ini, seluruh data dan informasi mulai dituangkan kedalam serangkaian gambar teknis. Tahap ini lebih dikonsentrasikan pada eksplorasi bentuk tata ruang dan tampilan bangunan saja sesuai dengan penekanan perancangan.



1.6. Sistematika Pembahasan

Bagian I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, keaslian penulisan, metode dan sistematika pembahasan, serta kerangka pola pikir.

Bagian II : Data dan Analisa

Berisi tentang tinjauan tapak dan lokasi, tinjauan konsep transformasi dari metamorfosis kodok dan penerapannya ke dalam bangunan, program ruang beserta analisa kegiatan maupun pelakunya, serta analisa fisik bangunan.

Bagian III : Konsep Rancangan

Berisi tentang batasan-batasan dan arahan perancangan, integrasi bangunan dalam site, serta konsep pencitraan bentuk bangunan dan tata ruangnya.

Bagian IV : Proses Rancangan

Berisi tentang pengembangan konsep dan tahap-tahap rancangan dari awal hingga terciptanya bentuk bangunan dan tata ruang Pusat Volkswagen Yogyakarta.

Bagian V : Hasil Rancangan

Berisi tentang hasil dari proses rancangan beserta analisa rancangan secara menyeluruh.



1.7. Kerangka Pola Pikir

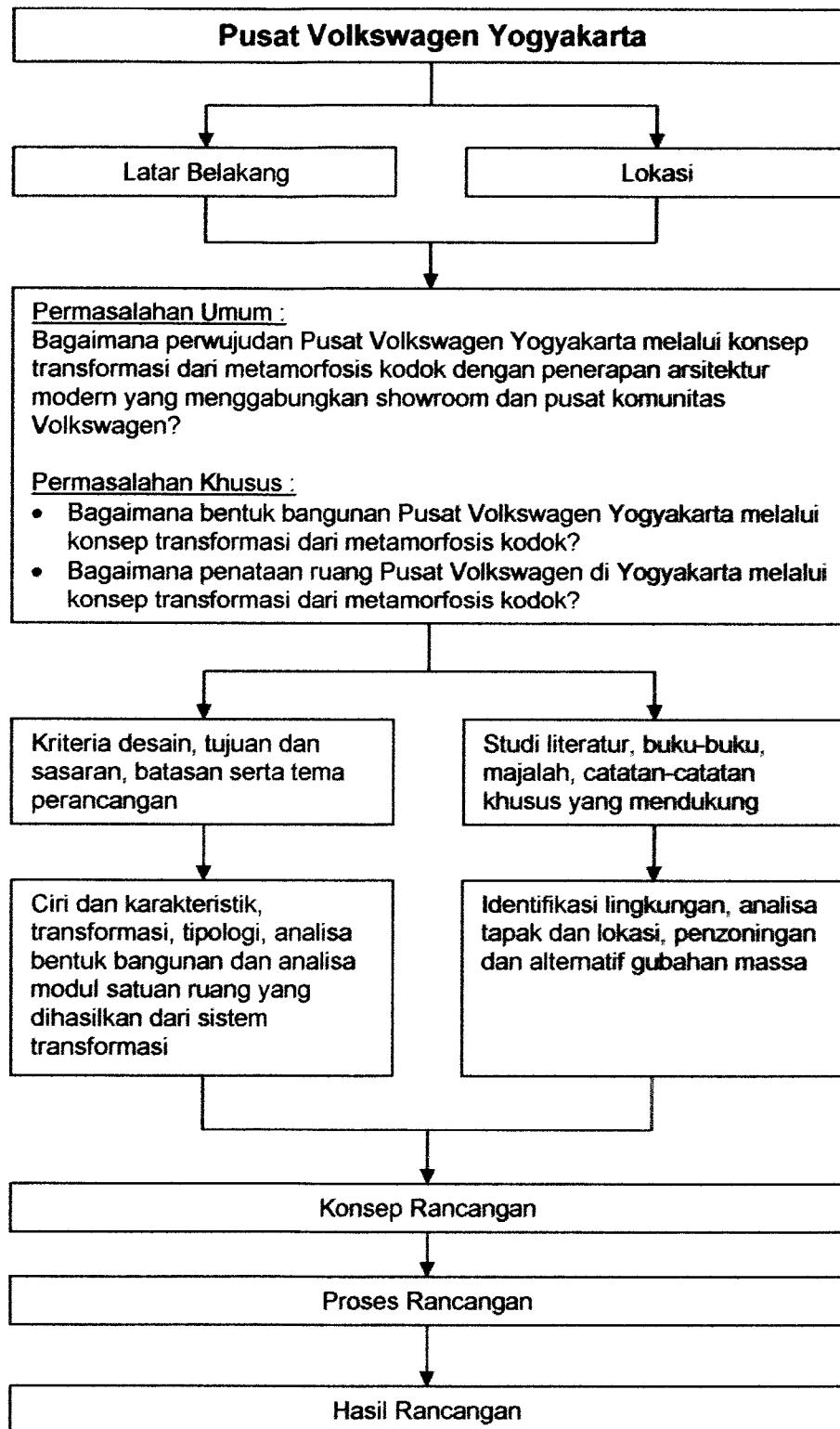
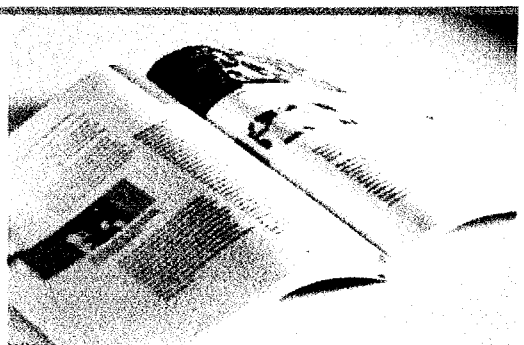


Diagram 1.1. Kerangka Pola Pikir





BAB II DATA DAN ANALISA

2.1. Tapak dan Lokasi

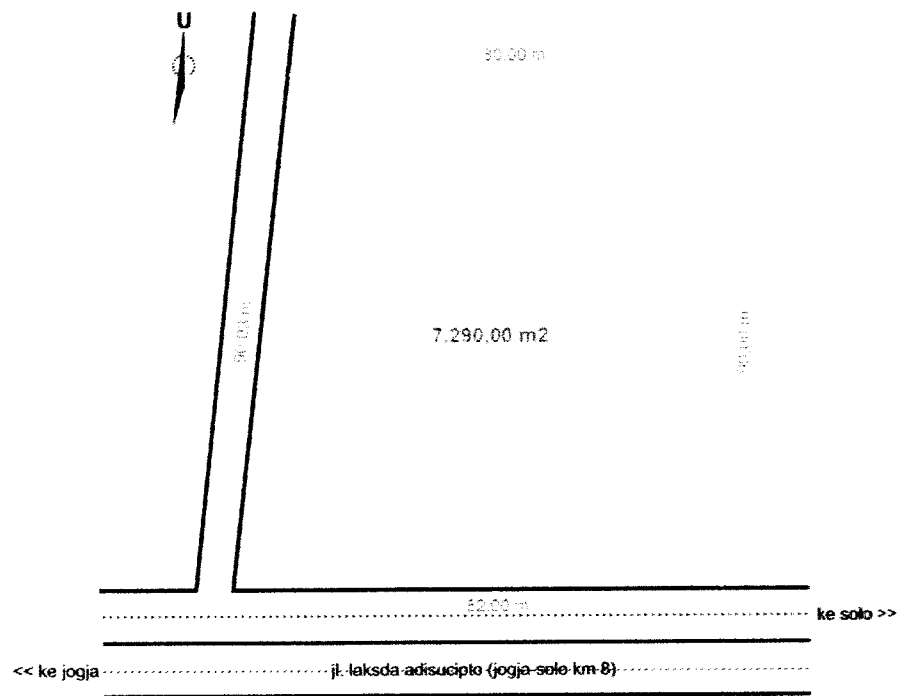
Dalam pemilihan lokasi atau site, mengingat fungsinya sebagai showroom dan pusat komunitas Volkswagen, diperlukan strategi pemikiran yang tepat untuk memenuhi dasar fungsi komersil maupun sosial tersebut. Oleh karena itu, diperlukan beberapa kriteria pemilihan sebagai berikut :

- Strategis, dalam hal ini terletak pada jalur utama sehingga memudahkan akses ke lokasi bagi pengunjung atau konsumen.
- Potensi pasar dan kegiatan di sekelilingnya, dalam hal ini terutama kegiatan komersil di sekitar lokasi yang mampu menyerap pasar, baru maupun yang sudah ada.
- Secara teknis, baik sirkulasi maupun sistem utilitas, cukup memadai.
- Dukungan tata guna lahan, sarana dan prasarana, serta jaringan infrastruktur yang tersedia.

Salah satu lokasi atau site terpilih yang diperkirakan mampu mendukung perancangan Pusat Volkswagen Yogyakarta yaitu terletak di jalan Laksda Adisucipto Km 8, tepatnya depan Lapangan Sepakbola Angkasa Pura I dan sebelah barat PT. Kalimas, Mercedes Benz. Lokasi atau site terpilih ini sangat strategis dimana terletak pada jalur utama Yogyakarta-Solo dan dapat ditempuh dari pusat kota kurang dari 15 menit.



Gbr. 2.1. Peta lokasi



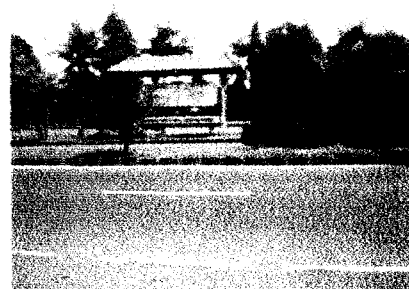
Gbr. 2.2. Site terpilih

Beberapa bangunan di sekitar lokasi atau site terpilih :

- Utara : Perumahan dan pemukiman penduduk
- Selatan : Lapangan Sepakbola Angka Pura I
- Timur : PT. Kalimas, Mercedes Benz
- Barat : Jalan Lingkungan, Perbengkelan dan Pertokoan



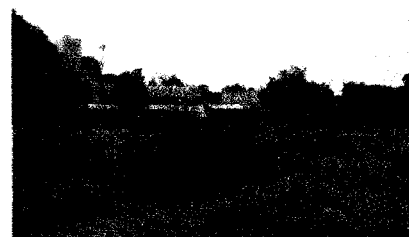
Utara



Selatan



Timur



Barat

Gbr. 2.3. Suasana sekeliling lokasi atau site terpilih



Kegiatan di sekitar lokasi yang beragam diharapkan mampu menyerap pasar, baik dari dalam kota maupun luar kota. Selain itu, adanya perencanaan pengembangan Bandara Adisucipto menjadi salah satu faktor pendukung kegiatan komersil, karena memang dari segi tata guna lahan lokasi atau site terpilih ini merupakan kawasan perdagangan, institusi, pendidikan, hotel dan perumahan. Adapun sebagai pusat komunitas, lokasi ini juga tidak terlalu jauh dari wisata candi Prambanan yang sering digunakan untuk berbagai kegiatan komunitas Volkswagen.



Gbr. 2.4. Jaringan infrastruktur dan drainase

Pemilihan site ini juga mempertimbangkan infrastruktur yang tersedia, sarana dan prasarana yang memadai, serta drainase dan jaringan listrik telah tersedia di tepi sepanjang jalan Laksda Adisucipto.

2.2. Tinjauan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok

2.2.1. Prinsip dan Teknik Transformasi

Transformasi merupakan suatu prinsip penyusunan bentuk dan ruang melalui perubahan-perubahan, manipulasi, pertukaran yang dapat memperkuat dan mengembangkan konsep perancangan melalui :

- Perubahan dimensi (*dimentional transformation*), sebuah bentuk dapat diubah dengan mengubah satu atau lebih dimensinya.
- Perubahan akibat pengurangan (*subtractive transformation*), sebuah bentuk dapat diubah dengan mengurangi sebagian volumenya.



- Perubahan akibat penambahan (*additive transformation*), sebuah bentuk dapat diubah dengan menambah unsur-unsur tertentu pada volumenya dengan cara :
 - a. *Spatial tension*, terjadi karena adanya tarikan antar ruang, biasanya kedua bentuk relatif berdekatan satu sama lain, atau memiliki kesamaan visual seperti wujud, warna dan material.
 - b. *Edge to edge contact*, terjadi karena ada pertemuan antar sisi.
 - c. *Face to face contact*, terjadi karena adanya pertemuan permukaan.
 - d. *Interlocking relationship*, terjadi karena adanya keterkaitan antara volume-volume ruang, dimana kedua bentuk saling menembus ke dalam masing-masing ruang.

Dalam tipologi geometri, beberapa teknik pengubahan bentuk menjadi energi dasar dalam penciptaan suatu bentuk akhir, yaitu :

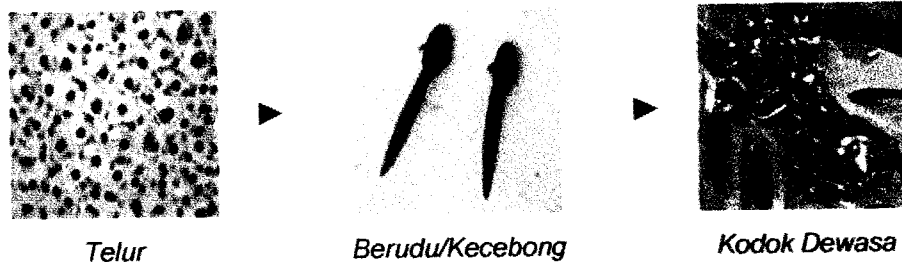
- *Translation* (pergeseran), suatu bentuk dapat digeser sedemikian rupa terhadap sumbu tertentu.
- *Rotation* (perputaran), suatu bentuk dapat diputar menurut sudut putaran tertentu terhadap sumbu tertentu.
- *Reflection* (pencerminan), suatu bentuk dapat dicerminkan terhadap sumbu tertentu.
- *Stretching* (peregangan), suatu bentuk dapat diregangkan sehingga menjadi lebih besar.
- *Shrinking* (pemampatan), suatu bentuk dapat dimampatkan sehingga menjadi lebih kecil.
- *Scale* (skala), suatu bentuk dapat diubah skalanya menjadi lebih besar atau lebih kecil .
- *Twisting* (puntir), suatu bentuk dapat sedemikian rupa sehingga dapat tercipta bentuk yang lain dari yang aslinya.

2.2.2. Ciri dan Karakteristik Metamorfosis Kodok

Kodok merupakan salah satu hewan *amphibi* yang mengalami metamorfosis sempurna sama halnya dengan katak karena bentuk telur dan *larva* (berudu) yang sangat berbeda dengan bentuk kodok dewasa. Selain mengalami perubahan bentuk, dalam setiap fasenya terdapat ciri



dan karakteristik yang berbeda. Telur-telur yang diletakan di air oleh induknya memiliki warna yang bening dengan bintik hitam ditengahnya, setelah menetas akan menjadi berudu dan memiliki insang sebagai alat pernafasannya. Pada fase ini, dengan warna kulit yang kehitam-hitaman berudu mulai menunjukkan gerak untuk memperoleh makanan. Dalam kurun waktu tertentu berudu akan berubah menjadi kodok, dimana pergerakannya menjadi sangat aktif dengan tambahan kaki belakang dengan warna kulit yang berwarna-warni. Selain di air, kodok juga mampu hidup di darat dengan alat pernafasan baru yaitu paru-paru. Siklus hidup kodok ini secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga fase utama, yaitu fase telur ; fase *larva* (berudu) ; dan fase kodok dewasa.



Gbr. 2.5. Fase metamorfosis kodok

2.2.3. Penerapan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok ke dalam Bentuk Bangunan

Dari proses metamorfosis kodok, terdapat ciri dan karakteristik pada tiga fase utamanya yang dapat direfleksikan secara langsung kedalam beberapa bentuk dasar geometri, yaitu :

- Perubahan Bentuk



- Perubahan Gerak





- Perubahan Warna



Gbr. 2.6. Refleksi dari fase metamorfosis kodok

2.2.4. Penerapan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok ke dalam Tata Ruang

Sebelum mengkomposisikan ruang-ruang yang sesuai dengan transformasi dari konsep metamorfosis kodok, terlebih dahulu perlu menganalisa kebutuhan ruang dari pelaku dan aktivitas pelaku untuk mendapatkan perbandingan besaran ruangnya. Aktivitas utama yang diwadahi adalah sebagai berikut :

- Aktivitas Showroom

Adalah kegiatan yang berlangsung sebagai media ruang pameran atau memperlihatkan hasil produk Volkswagen. Selain itu juga menampung aktivitas dari produk terbaru dari Volkswagen atau main dealer mengadakan *launching* mobil baru sehingga dapat menarik pengunjung.

- Aktivitas Jual-Beli

Adalah kegiatan utama dari aktivitas showroom sebagai fungsi komersial untuk mendapatkan keuntungan dengan adanya transaksi dari pembelian mobil produk Volkswagen.

- Aktivitas Perbengkelan

Adalah kegiatan yang sifatnya teknis dan menunjang keberadaan showroom. Kegiatan ini mencakup perbaikan-perbaikan terhadap mobil produk Volkswagen dan mempersiapkan mobil yang sudah laku.

- Aktivitas Modifikasi

Adalah kegiatan yang bersifat untuk mempercantik mobil dan menambah performance dari mesin mobil, khususnya produk Volkswagen, dikarenakan munculnya trend bahwa dari setiap ATPM mengeluarkan kit-kit khusus yang bisa dipasang pada produk Volkswagen.



- *Aktivitas Test-Drive*
Adalah kegiatan untuk uji coba kendaraan agar konsumen merasa mantap dengan kendaraan yang akan di beli atau setelah perbaikan.
- *Aktivitas Administrasi*
Adalah kegiatan penunjang dari segala aktivitas yang menyangkut masalah operasional perusahaan dalam showroom.
- *Aktivitas Pusat Komunitas*
Adalah kegiatan penunjang dari segala aktivitas yang menyangkut masalah komunitas.

Adapun pelaku aktivitas tersebut dapat diambil dari struktur organisasi perusahaan yang nantinya akan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan jumlah personil sebagai berikut :

- | | |
|---------------------------|------------|
| - Komisaris | : 1 orang |
| - Direktur | : 1 orang |
| - Manager | : 4 orang |
| - Supervisor | : 4 orang |
| - Staf Administrasi | : 6 orang |
| - Customer Service | : 4 orang |
| - Frontman | : 2 orang |
| - Mekanik | : 4 orang |
| - Assisten Mekanik | : 8 orang |
| - Finance and Leasing | : 6 orang |
| - Kasir | : 2 orang |
| - Counter Sales | : 2 orang |
| - Gudang | : 2 orang |
| - Keamanan | : 4 orang |
| <hr/> | |
| Jumlah | |
| Staf Direksi dan Karyawan | : 50 orang |
| | |
| - Ketua Umum Komunitas | : 1 orang |
| - Wakil Ketua | : 2 orang |
| - Staf Administrasi | : 1 orang |



- Staf Keuangan	: 1 orang
- Kabid	: 5 orang
<hr/>	
Jumlah	
Pengurus Komunitas	: 10 orang

Sedangkan untuk pengunjung di asumsikan pada perhitungan rata-rata 15 - 30 orang per hari di Volkswagen Centre di Bandung dan Semarang dengan klasifikasi sebagai berikut :

- Pengunjung Showroom	: 15 orang
- Pengunjung Bengkel dan Modifikasi	: 15 orang
- Pengunjung Komunitas (kira-kira)	: 10 orang
<hr/>	
Jumlah	
Pengunjung	: 40 orang

Dari total jumlah pelaku diatas, maka Pusat Volkswagen Yogyakarta akan mewadahi aktivitas untuk **(50+10+40) = 100 orang**. Dengan demikian kebutuhan ruang sudah dapat dihitung dengan memperhatikan standar ruang dan peralatan serta mobil yang masuk. Berikut adalah tabel kebutuhan dan besaran ruang yang didapat dari analisa pelaku dan aktivitas perilaku :

No.	Kebutuhan	Kapasitas	Satuan (m2)	Besaran
1	General Office :			
	- Rg. Komisararis	1,00 org	24,00	24,00
	- Rg. Direktur	1,00 org	24,00	24,00
	- Rg. Manager	4,00 org	16,00	64,00
	- Rg. Staf & Administrasi	12,00 org	6,00	72,00
	- Rg. Mekanik & Asst.	12,00 org	4,00	48,00
	- Rg. Arsif	1,00 unit	12,00	12,00
	- Rg. Rapat	1,00 unit	48,00	48,00
	- Bag. Gudang	2,00 org	4,00	8,00
	- Keamanan	2,00 unit	9,00	18,00
				318,00
2	Showroom :			
	- Press-kit Stage	1,00 unit	36,00	36,00
	- Rg. Pamer	10,00 unit	36,00	360,00
	- Brand Gallery	1,00 unit	24,00	24,00
	- Stock	8,00 unit	30,00	240,00
	- Delivery	1,00 unit	200,00	200,00
- Frontman	2,00 org	8,00	16,00	
				876,00



3	Partshop :				
	- Rg. Pamer	1,00	unit	120,00	120,00
	- Rg. Penyimpanan	2,00	unit	24,00	48,00
	- Frontman	2,00	org	8,00	16,00
					184,00
4	Accessories & Merchandise :				
	- Rg. Pamer	1,00	unit	72,00	72,00
	- Merchandise Retail	4,00	unit	24,00	96,00
	- Frontman	4,00	org	8,00	32,00
					200,00
5	Workshop :				
	- Service & Normal Repair	3,00	unit	24,00	72,00
	- Body & Painting	2,00	unit	24,00	48,00
	- Modifikasi	3,00	unit	24,00	72,00
	- Gudang & Peralatan	1,00	unit	24,00	24,00
	- Pit Stop & Final Check	2,00	unit	24,00	48,00
					264,00
6	Komunitas :				
	- Rg. Staf	2,00	unit	12,00	24,00
	- Rg. Hall & Informasi	1,00	unit	160,00	160,00
	- Indoor Gathering	1,00	unit	160,00	160,00
					344,00
7	Publik :				
	- Hall & Atrium	100,00	org	2,40	240,00
	- Lounge	1,00	unit	140,00	140,00
	- Finance & Leasing	1,00	unit	48,00	48,00
	- Digital Presentation	1,00	unit	48,00	48,00
	- Musholla	1,00	unit	36,00	36,00
	- Lavatory	4,00	unit	24,00	96,00
					608,00
8	Lain-lain :				
	- Rg. Mekanikal & Elektrikal	1,00	unit	120,00	120,00
	- Sirkulasi Bangunan	20,00	%	2.914,00	582,80
					702,00
				Total =	3.496,80

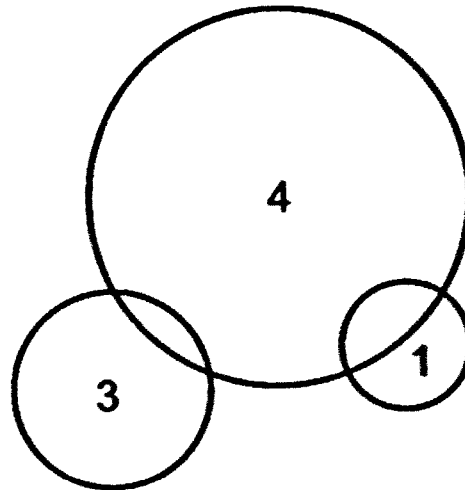
Tabel 2.1. Kebutuhan dan besaran ruang

Dari analisa besaran ruang tersebut dapat dikelompokkan unit-unit bangunan utamanya, yaitu :

- Showroom, mewadahi kegiatan promosi dan penjualan (*sales*) sebagai refleksi dari bentuk statis dengan penggunaan material transparan.
- Penyediaan suku cadang, perawatan dan perbaikan serta usaha modifikasi (*after sales*) sebagai refleksi dari bentuk medium dengan penggunaan material serupa.
- Pusat komunitas (*main-support*) sebagai refleksi dari bentuk dinamis dengan penggunaan material beragam.



Adapun perbandingan besaran ruangnya adalah 1.100 : 1.350 : 344 atau 3 : 4 : 1 yang dapat dijadikan modul satuan sebagai acuan pengkomposisian ruang dengan mempertimbangkan pola hubungan ruangnya.



Gbr. 2.7. Perbandingan besaran ruang

Dengan demikian, seluruh data dan analisa tersebut diatas sudah dapat digunakan pada penerapan konsep transformasi metamorfosis kodok ke dalam bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta.



BAB III KONSEP RANCANGAN

3.1. Pemahaman Konsep

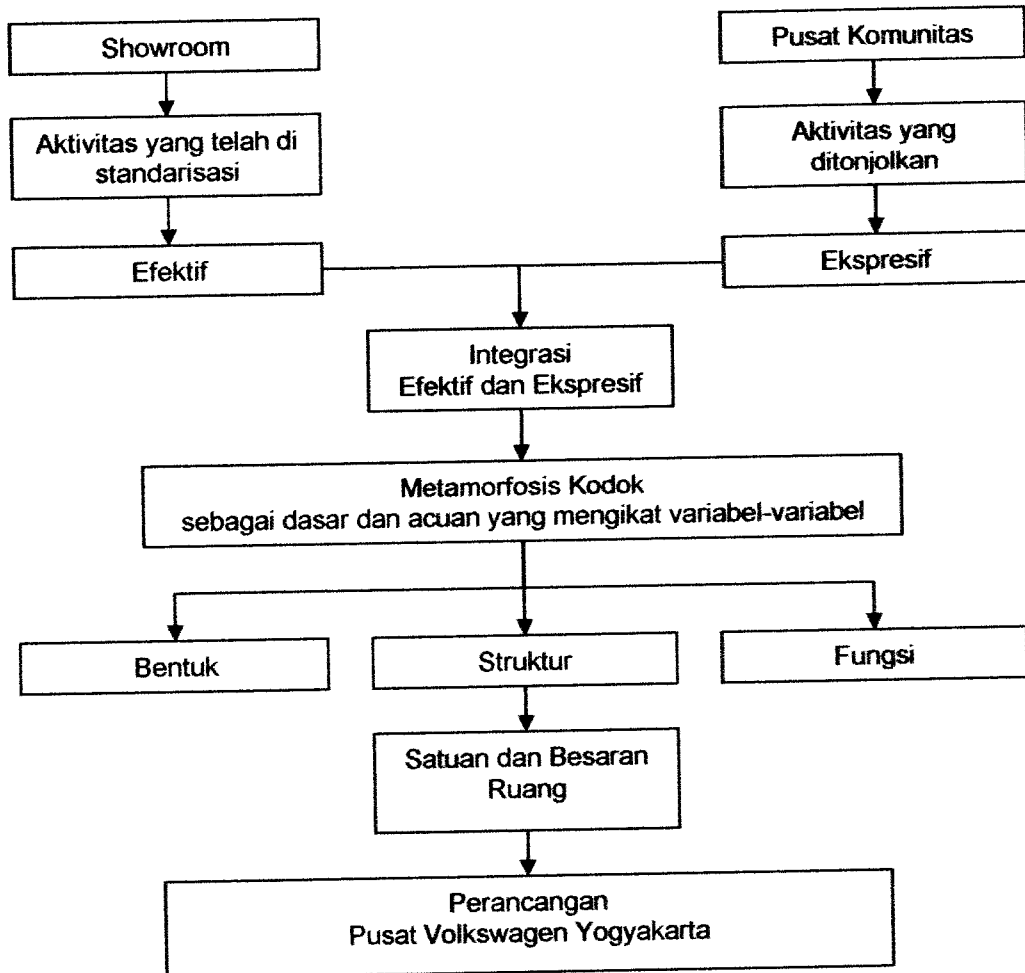


Diagram 3.1. Pemahaman konsep

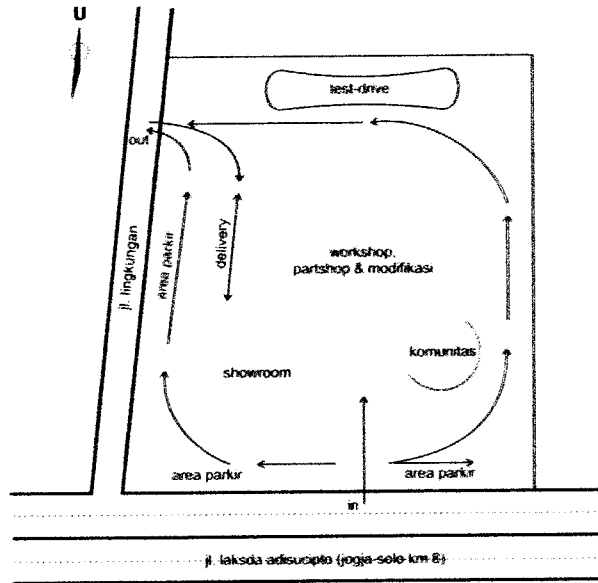
3.2. Integrasi Bangunan dalam Site

3.2.1. Zoning Menurut Bentuk Kegiatan

Berdasarkan bentuk-bentuk kegiatan yang ada pada Pusat Volkswagen Yogyakarta, *main-gateway* berada pada sisi jalan Laksda Adisucipto yang merupakan jalur utama, kemudian keluar pada sisi jalan lingkungan sebelah barat site untuk memudahkan pengaturan. Sirkulasi khusus dibuat untuk area *delivery* menuju bangunan showroom dan pendukung dari sebelah jalan lingkungan. Pola sirkulasi linier akan



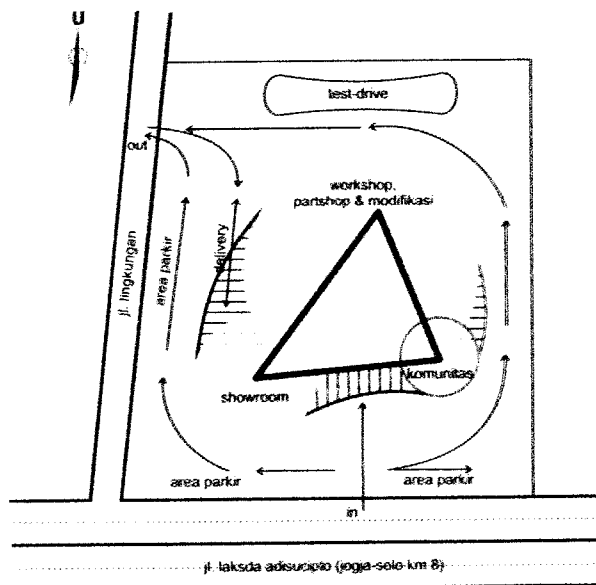
diterapkan pada area parkir untuk pengunjung dan pengelola pusat komunitas agar menciptakan kesinambungan diantara keduanya.



Gbr. 3.1. Penzoningan ke dalam site

3.2.2. Penggabungan Bangunan

Penggabungan dilakukan berdasar konsep terpadu dari tiga kegiatan utama dengan masing-masing pola hubungan ruangnya untuk memperoleh tata ruang yang efektif dan ekspresif dalam satu kesatuan bangunan di dalam site keseluruhan.

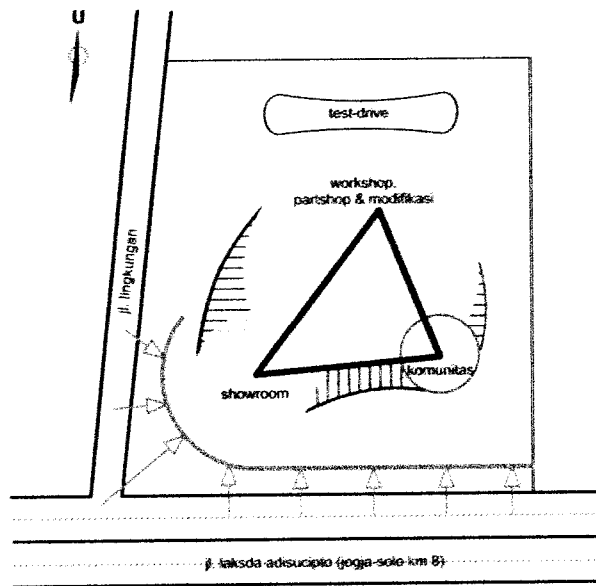


Gbr. 3.2. Penggabungan bangunan



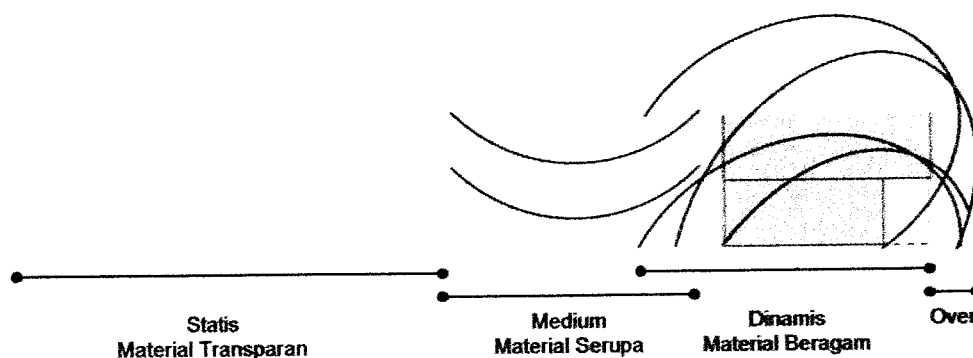
Kegiatan showroom akan diwadahi dalam bangunan utama yang bersifat stabil kemudian dihubungkan dengan fasilitas purna jual. Sedangkan pusat komunitas sebagian besar bersinggungan dengan fasilitas purna jual namun tetap memiliki hubungan dengan bangunan utamanya melalui ruang luar yaitu selasar.

3.3. Konsep Pencitraan Bentuk Bangunan



Gbr. 3.3. Facade bangunan yang diolah

Pencitraan bentuk bangunan akan disampaikan kepada pengunjung dengan memberikan *visualisasi* bentuk facade yang konstan dan stabil dari bagian showroom menuju fasilitas purna jual sampai dengan *distorsi* pada pusat komunitas.

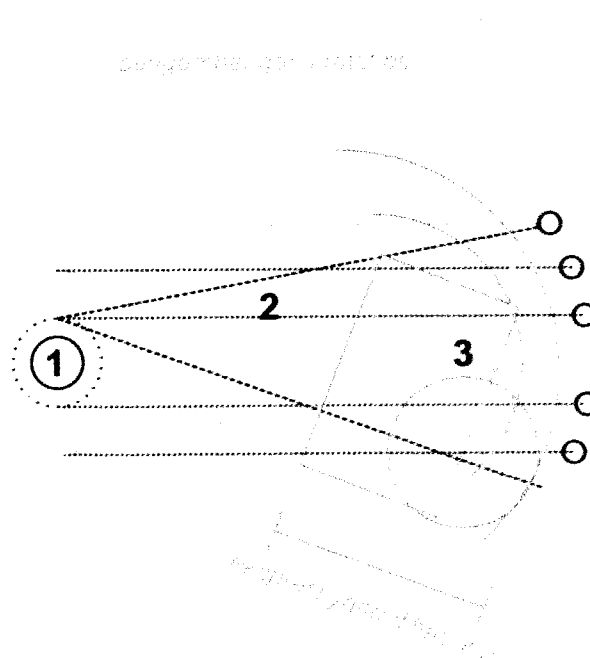


Gbr. 3.4. Konsep pencitraan bentuk bangunan

Pada bangunan utama kestabilan ditunjukkan dengan penggunaan bidang permukaan yang datar dan horisontal. Pergerakan mulai terlihat pada bidang-bidang luar fasilitas purna jual namun masih teratur, sedangkan pada bangunan pusat komunitas pergerakan semakin aktif dan dinamis, bahkan cenderung tidak teratur.

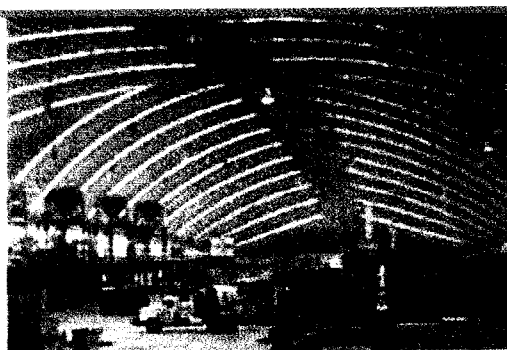
3.4. Konsep Penataan Ruang

Berdasarkan besaran ruang antara fungsi-fungsi utamanya yang memiliki perbandingan 3 : 4 : 1, maka penataan ruang akan diwujudkan dalam satuan-satuan massa yang mengikat dari fungsinya itu sendiri, struktur dan bentuk kemudian disusun dari satu unit hingga menjadi beberapa modul berbentuk denah. Sebagai langkah awal ditentukan bentuk *prototipe* yang akan di olah berdasarkan studi bentuk dari konsep metamorfosis kodok, dalam hal ini adalah bentuk transformasi aditif lingkaran yang mendapatkan *spatial tension* dengan cara *translation*, kemudian digabungkan melalui perpanjangan garis-garis sisi luarnya.



Gbr. 3.5. Konsep penataan ruang

Pengolahan modul lebih lanjut dengan melakukan distorsi diantara keteraturan (statis) agar menciptakan ekspresi dari fungsinya sehingga lebih dinamis.





BAB IV PROSES RANCANGAN

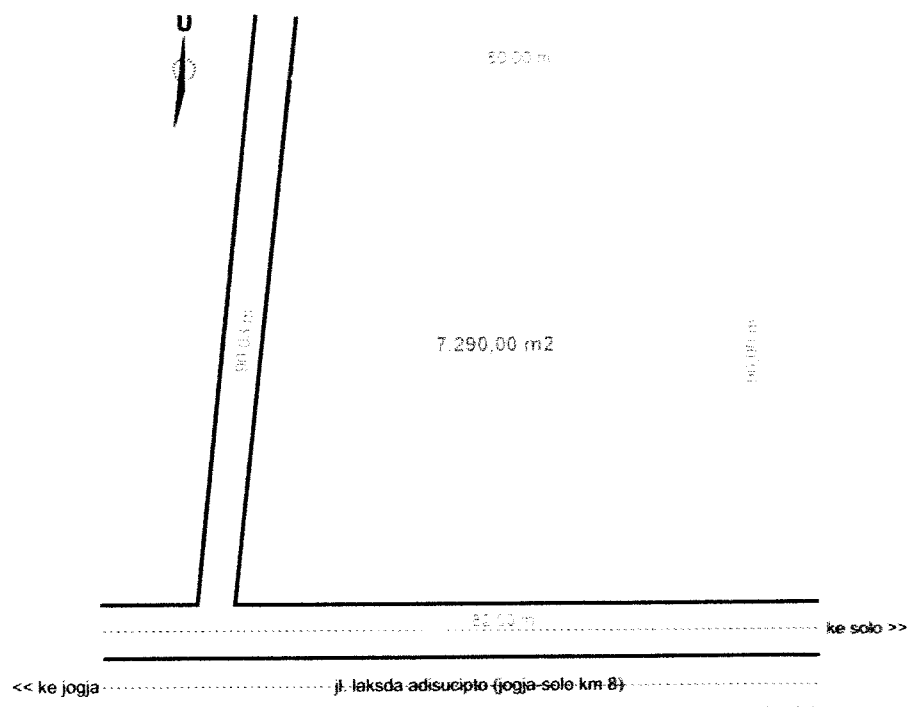
4.1. Kriteria Rancangan

4.1.1. Spesifikasi Proyek

Nama Proyek	: Pusat Volkswagen Yogyakarta
Luas site	: 7.290,00 m ²
Total Luas Ruang	: 3.496,80 m ²

4.1.2. Karakteristik Tapak dan Lokasi

Lokasi atau site terpilih yang mampu mendukung perancangan Pusat Volkswagen Yogyakarta adalah lokasi atau site yang terletak di jalan Laksda Adisucipto Km. 8, tepatnya depan Lapangan Sepakbola Angka Pura I dan sebelah kiri PT. Kalimas, Mercedes Benz. Lokasi atau site terpilih ini sangat strategis yang mana dilalui oleh jalur utama Yogyakarta-Solo dan dapat ditempuh dari pusat kota kurang dari 15 menit. Selain itu, lokasi ini pun tidak terlalu jauh dari kawasan wisata Candi Prambanan sehingga mendukung juga kegiatan-kegiatan komunitas Volkswagen.



Gbr. 4.1. Lokasi atau site terpilih



Tapak yang relatif datar sangat mendukung pada perancangan bangunan, yang ditunjang dengan kelengkapan infrastruktur dan jaringan drainase yang telah tersedia di sekitar site.

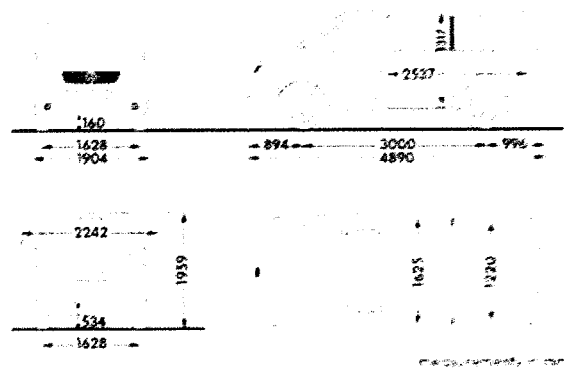
4.1.3. Tujuan Rancangan

Merancang Pusat Volkswagen Yogyakarta yang menekankan integrasi beberapa fungsi kegiatan dengan penataan ruang, struktur dan bentuk disertai penerapan arsitektur modern ke dalam bangunan.

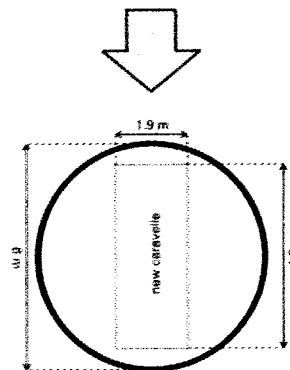
4.2. Tahap Rancangan

4.2.1. Titik pangkal penempatan prototipe pada site

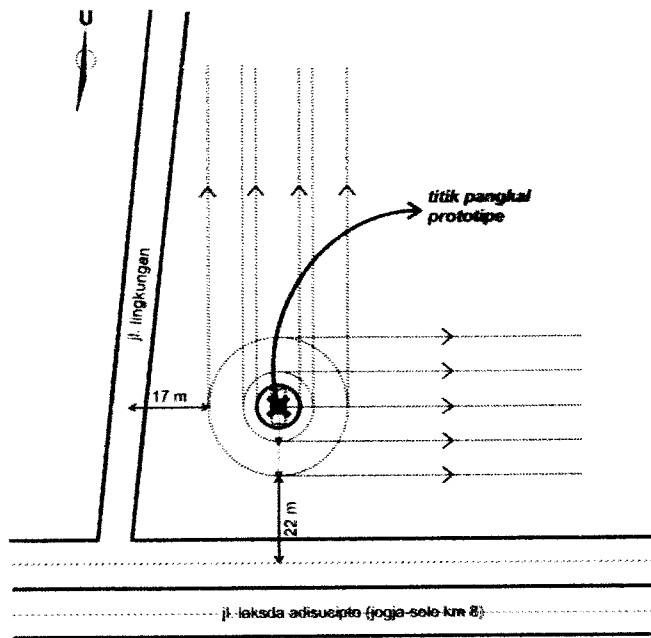
Perancangan dimulai dengan menempatkan *prototipe* bentuk lingkaran pada site terpilih dengan diameter 6 meter sebagai asumsi dari dimensi mobil terbaru produk Volkswagen, yaitu *VW New Caravelle*, ditambah perluasan ± 1 m dimana fungsinya menjadi tempat pemajangan produk baru atau *press-kit stage*.



Gbr. 4.2. Dimensi New Caravelle



Gbr. 4.3. Dimensi press-kit stage



Gbr. 4.4. Titik pangkal penempatan prototipe pada site

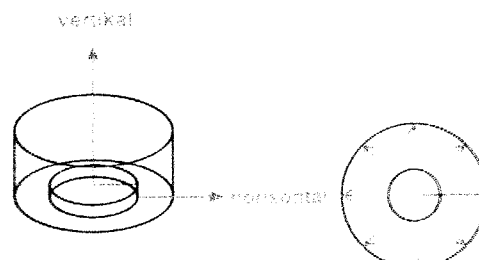
Setelah mendapatkan titik pangkal penempatan *prototipe*, tahap selanjutnya adalah mengembangkannya menjadi gubahan massa dengan penyebaran ke arah samping kanan dan belakang.

4.2.2. Gubahan Massa

Pada dasarnya bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta ini memiliki tiga massa, kemudian di gabungkan sehingga menjadi susunan massa yang efektif dan ekspresif sesuai bentuk kegiatannya, yaitu :

- Showroom

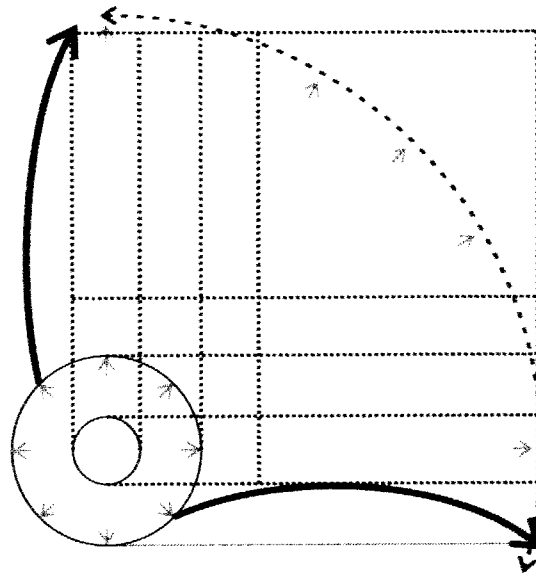
Massa unit ini di olah berdasarkan perbesaran statis dari *press-kit stage* ke arah sumbu horisontal dan vertikal sehingga berbentuk silinder, sifatnya stabil karena diletakkan pada permukaan lingkarannya.



Gbr. 4.5. Massa unit showroom

- Layanan Purna Jual

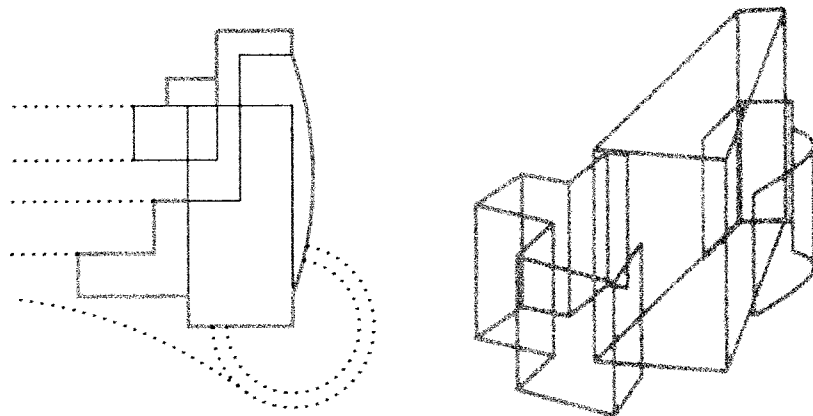
Massa unit ini merupakan massa peralihan hasil perbesaran statis dan perpanjangan garis-garis sisi terluar dari *prototipe* bentuk lingkaran ke berbagai arah sehingga bersifat mengarahkan dari bentuk statis ke dinamis.



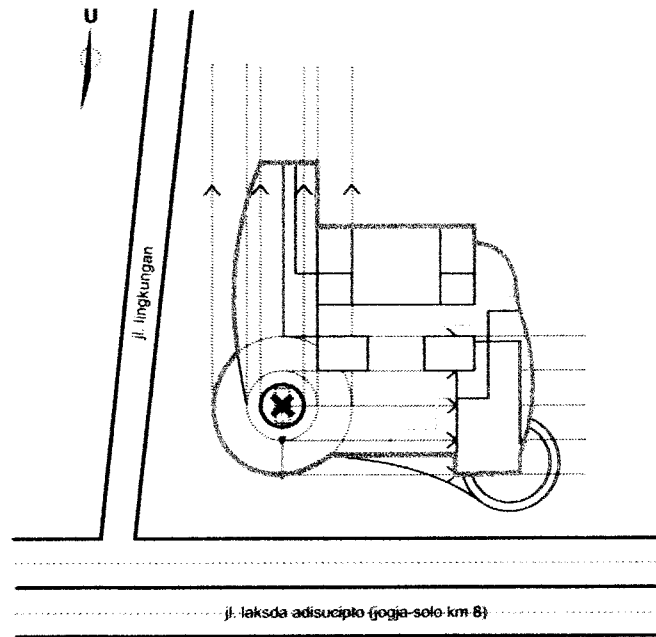
Gbr. 4.6. Massa unit layanan purna jual

- Pusat Komunitas

Setelah melalui massa peralihan maka massa ini memiliki bentuk yang jauh berbeda dengan prototipe bentuk awal, baik secara horisontal maupun vertikal.



Gbr. 4.7. Massa unit pusat komunitas

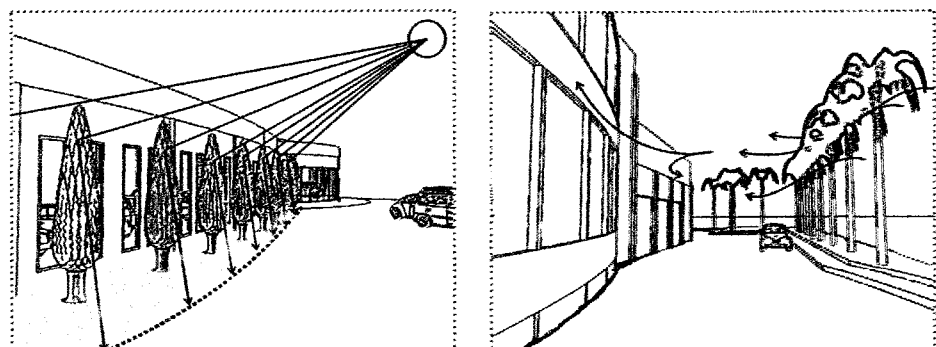


Gbr. 4.8. Gubahan massa

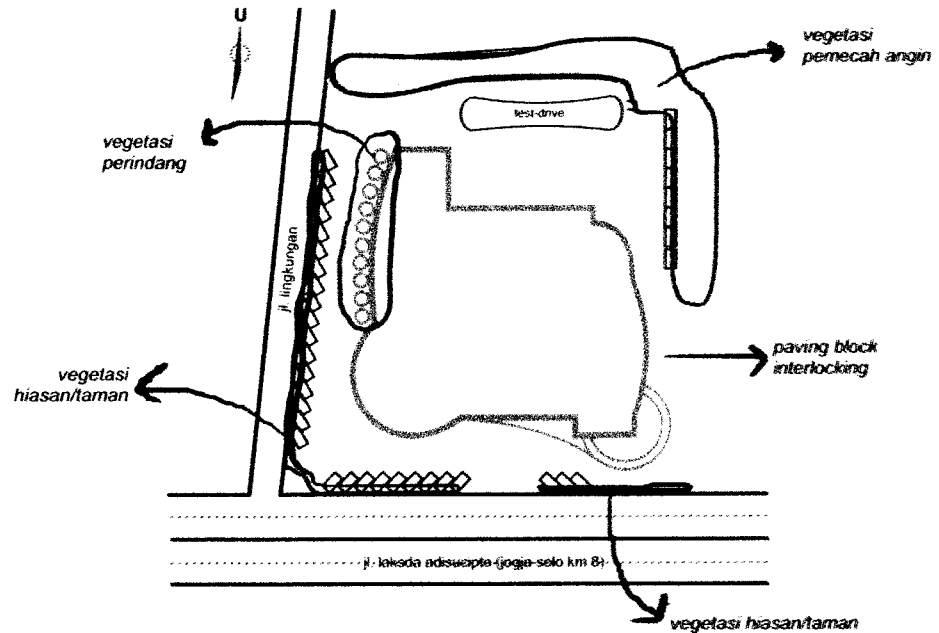
Secara keseluruhan, susunan massa-massa tersebut di gabungkan menjadi kesatuan massa yang kompak dalam site. Selanjutnya gubahan massa tersebut dituangkan ke dalam bentuk gambar teknis sebagaimana terlampir.

4.2.3. Penataan Landscape

Pemilihan vegetasi pada site direncanakan dengan tanaman yang tumbuh besar sebagai vegetasi perindang dan pemecah angin, tanaman-tanaman sedang digunakan sebagai pengarah dan pembatas. Sedangkan tanaman yang lebih kecil dimanfaatkan sebagai penghias atau taman.



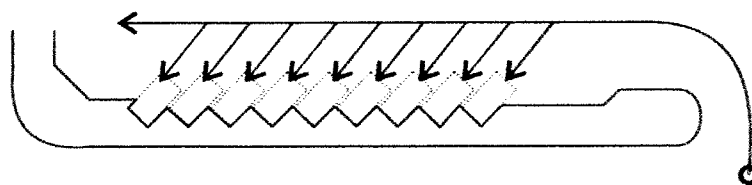
Gbr. 4.9. Vegetasi perindang dan pemecah angin



Gbr. 4.10. Penataan landscape

4.2.4. Sirkulasi

Secara umum, pengaturan sistem sirkulasi pada Pusat Volkswagen Yogyakarta ini terbagi atas dua bagian, yaitu sirkulasi untuk kendaraan dan sirkulasi untuk manusia, baik di luar maupun di ruang dalam. Sebagian besar, sirkulasi di ruang luar diatur mengikuti pola sirkulasi linier sebagaimana tertera pada konsep penzoningan.

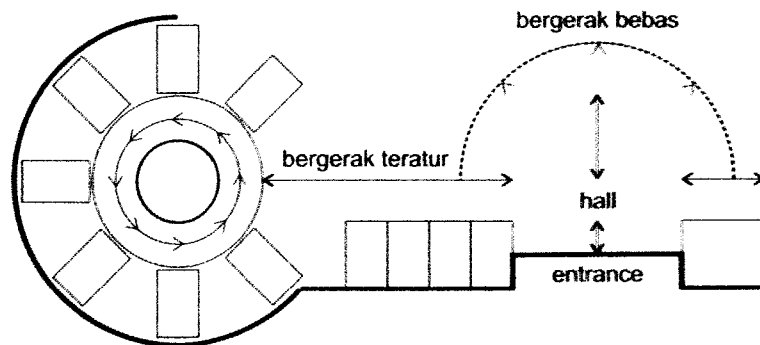


Gbr. 4.11. Pola sirkulasi linier pada ruang luar

Sedangkan sirkulasi di ruang dalam menggunakan pola sirkulasi gabungan antara sirkulasi grid, agar bisa bergerak bebas ke segala arah namun tetap dalam keteraturan, dengan sirkulasi spine untuk menciptakan kesinambungan secara menyeluruh dalam pencapaian ruang-ruang yang dituju. Sesuai dengan hasil pengkomposisian bentuk bangunan, sirkulasi pada ruang dalam akan dimulai dari main entrance



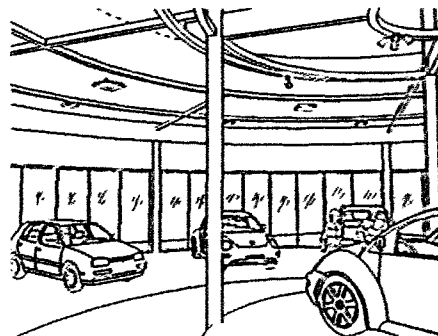
ke ruang-ruang lainnya secara bebas, lalu bergerak dengan teratur dalam tiap unit ruangnya.



Gbr. 4.12. Pola sirkulasi grid dan spine pada ruang dalam

4.2.5. Karakter Ruang

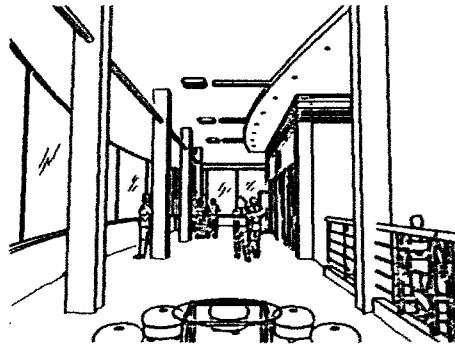
Setelah pola sirkulasi ruang dalam terbentuk secara menyeluruh, maka tahap selanjutnya adalah mengolah tiap unit-unit ruangnya sesuai dengan karakter pada tahapan konsep metamorfosis kodok, dalam hal ini terdiri dari unit ruang showroom yang bersifat statis, layanan purna jual yang bersifat *medium* dan pusat komunitas yang bersifat dinamis.



Gbr. 4.13. Unit ruang showroom



Gbr. 4.14. Unit ruang penjualan spare-part

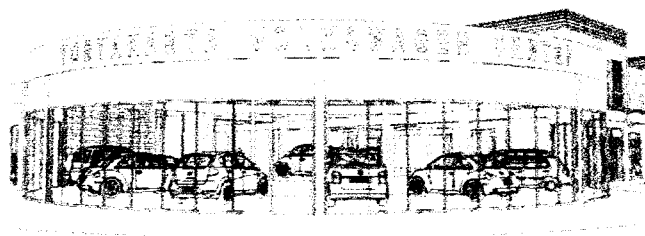


Gbr. 4.15. Unit ruang pusat komunitas

Unit-unit ruang lainnya dikelompokkan pada tiga unit ruang utama tersebut diatas sesuai dengan jenis dan karakter kegiatan yang paling mendekati salah satunya.

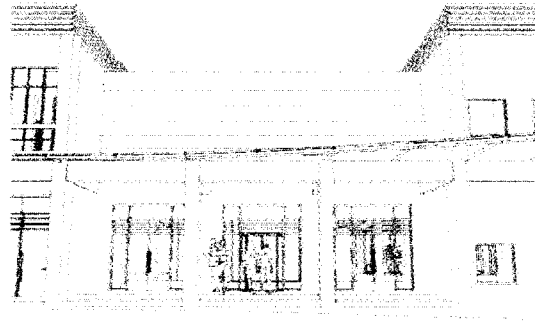
4.2.6. Facade Bangunan

Hal terpenting dalam pengolahan facade bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta ini yaitu penerapan elemen-elemen yang mendukung tahap-tahap perubahan bentuk dari statis ke dinamis. Diantaranya, pada bagian showroom, dominasi penggunaan material yang transparan terlihat jelas dengan tetap memperhatikan unsur kestabilannya.



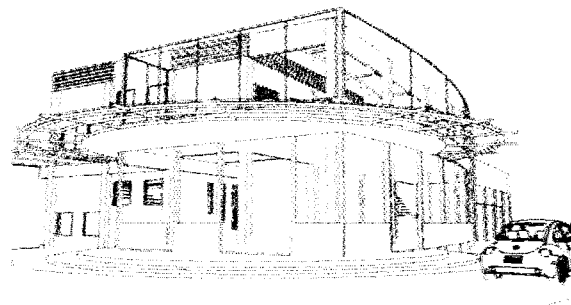
Gbr. 4.16. Facade showroom

Sementara itu pada bagian tengah yang merupakan *main-entrance* di olah dengan menerapkan material transparan tetapi intensitasnya tidak terlalu besar, baik dari segi dimensi maupun perletakannya. Selain itu, pada bagian ini juga mulai dihadapkannya bentuk elemen-elemen yang menggunakan material logam untuk memberikan kesan pengantar pada bagian yang lebih dinamis.



Gbr. 4.17. *Facade main-entrance*

Pada bagian pusat komunitas berbagai bentuk-bentuk elemen yang dinamis dengan penggunaan material yang lebih beragam, bahkan dihadapkannya elemen penghubung untuk melintasi jalur kendaraan menuju unit ruang layanan purna jual sebagai pemberi kesan *over* namun secara fungsional dapat digunakan oleh anggota komunitas sebagai ruang untuk kegiatan *outdoor gathering*.



Gbr. 4.18. *Facade pusat komunitas*

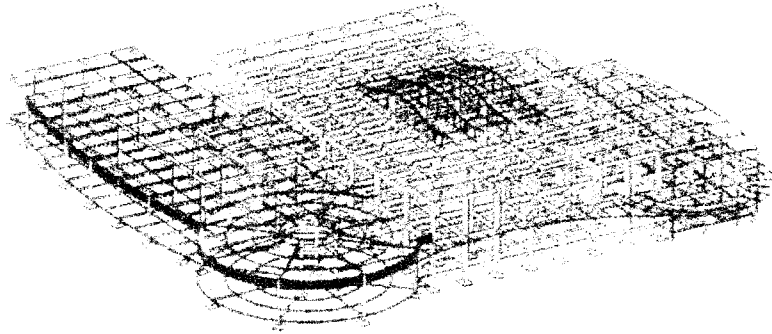
Sehingga secara keseluruhan perubahan bentuk dari statis ke dinamis dapat tercapai dalam satu kesatuan unit bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta.



Gbr. 4.19. *Facade bangunan keseluruhan*

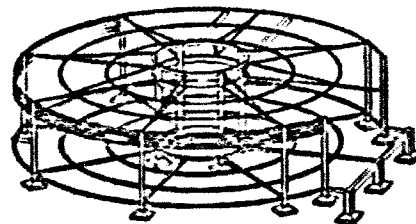
4.2.7. Sistem Struktur Bangunan

Struktur yang digunakan pada bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta ini secara umum menggunakan sistem struktur rangka beton bertulang dan sistem struktur rangka baja pada unit-unit ruang tertentu.



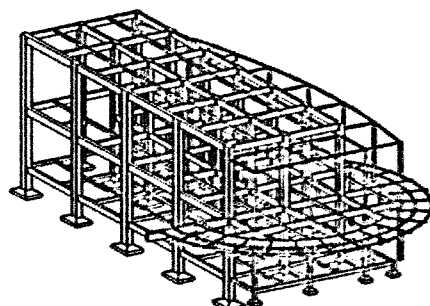
Gbr. 4.20. Sistem struktur bangunan

Pada unit ruang showroom, struktur rangka kolom dan balok dari baja digunakan untuk mendukung bentuk statis dengan dinding dari kaca.



Gbr. 4.21. Sistem struktur unit ruang showroom

Sedangkan pada bagian unit ruang komunitas kombinasi penggunaan rangka baja dan beton dirangkai dengan kompak untuk menggabungkan bentuk dasar yang dinamis.



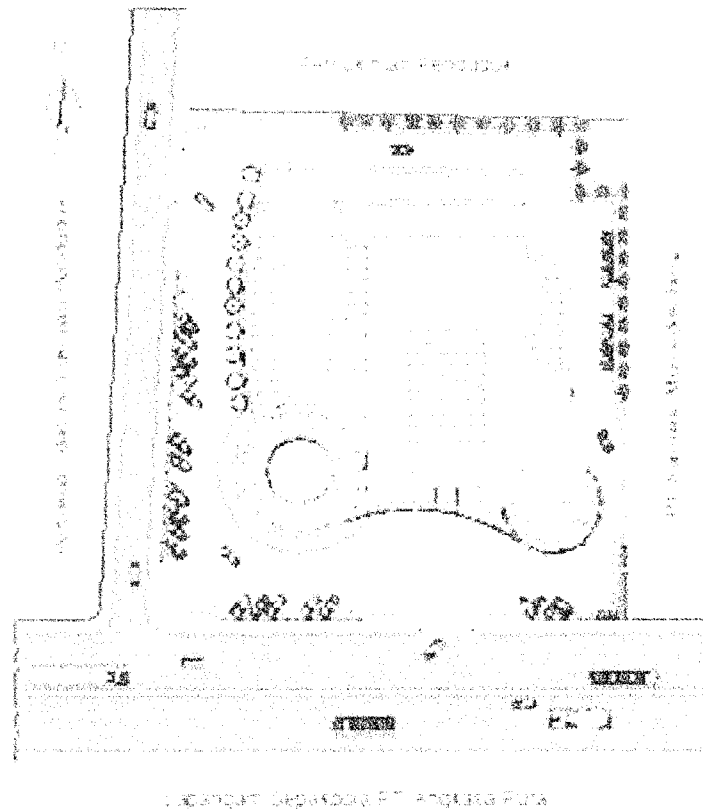
Gbr. 4.22. Sistem struktur unit ruang pusat komunitas





BAB V HASIL RANCANGAN

5.1. Situasi



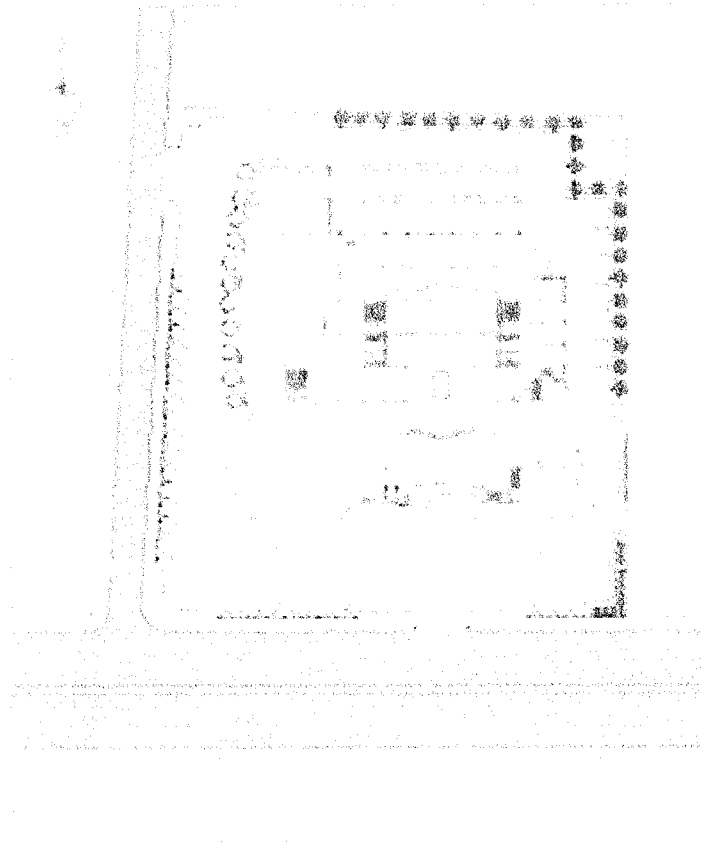
Gbr. 5.1. Situasi

Bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta terletak di jalan Laksda Adisucipto (Yogyakarta-Solo Km 8) dengan luas lahan sekitar 7.397,57 m² dengan orientasi menghadap ke arah selatan atau jalan Laksda Adisucipto agar mendapatkan view langsung dari jalan utama. Bangunan terdiri dari satu massa hasil integrasi dari unit ruang showroom, layanan purna jual dan pusat komunitas.

Penempatan area parkir di depan dan samping bangunan dimaksudkan agar bisa memberikan ruang luar yang cukup luas, baik untuk kegiatan komunitas maupun kegiatan dari pihak Volkswagen itu sendiri. Sementara area test-drive ditempatkan di belakang menyesuaikan perletakan unit ruang layanan purna jual dan jalur sirkulasi mobil baru.



5.2. Site Plan



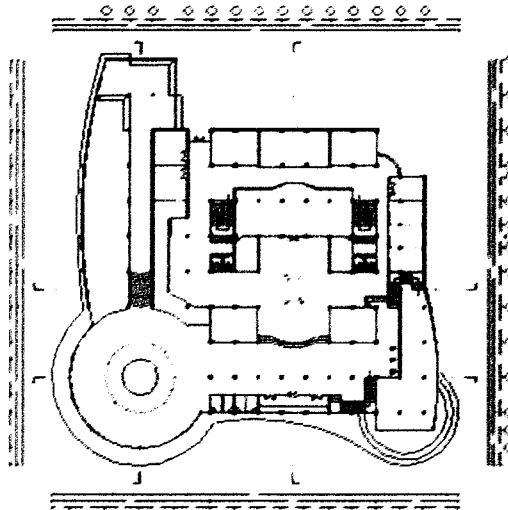
Gbr. 5.2. Site plan

Pada gambar site plan tersebut diatas dapat terlihat bahwa pola sirkulasi antara ruang luar dan ruang dalam tersusun secara berkesinambungan, dimulai dari *main-gateway* lurus menuju *entrance* utama bangunan sampai ke *public hall*, lalu bergerak secara teratur ke arah unit-unit ruang yang dituju.

Sementara itu perkerasan tanah secara umum menggunakan paving block *interlocking* untuk mempermudah penyerapan air. Vegetasi-vegetasi perindang, yaitu pohon cemara atau sejenisnya, diletakan pada sisi barat untuk meminimalkan sinar matahari yang masuk pada siang sampai dengan sore hari. Vegetasi pemecah angin di fokuskan pada sisi timur laut berdasarkan arah angin terbesar yang datang menuju bangunan dengan pohon palam raja, selain itu juga dapat menjadi *barrier* dengan lingkungan sekitarnya. Sedangkan vegetasi ringan atau lebih kecil, dalam hal ini menggunakan pohon beringin berukuran kecil dan berwarna kuning, menjadi pelengkap pada taman area parkir di bagian depan dan samping bangunan.



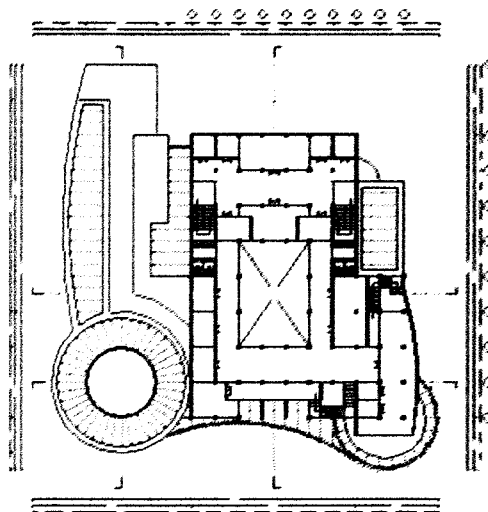
5.3. Denah Lantai 1



Gbr. 5.3. Denah lantai 1

Denah lantai satu merupakan denah utama yang terdiri dari ruang showroom dengan ruang stok mobil yang dapat dijadikan *secondary showroom* karena tidak ada dinding pembatas ruangnya, ruang penjualan *spare-part* pada bagian tengah, ruang layanan purna jual pada bagian belakang, ruang komunitas pada bagian samping kanan serta dilengkapi dengan ruang-ruang publik seperti hall, lounge dan *digital presentation room* untuk memberikan pemahaman kepada pengunjung tentang produk Volkswagen.

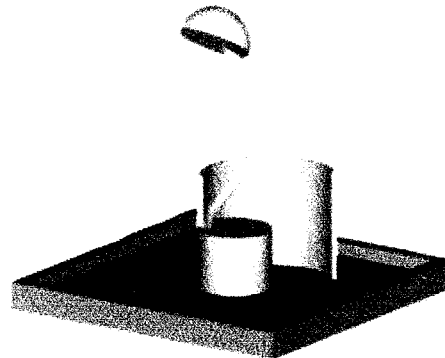
5.4. Denah Lantai 2



Gbr. 5.4. Denah lantai 2



Denah lantai dua terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian unit ruang kantor, unit ruang penjualan aksesoris dan retail-retail *merchandise* Volkswagen serta unit indoor gathering untuk komunitas. Pemberian void pada bagian tengah memungkinkan pengunjung untuk menikmati miniatur *Frog Metamorphosis Concept* yang terletak tepat dibawahnya pada lantai satu.



Gbr. 5.5. Miniatur frog metamorphosis concept

5.5. Tampak Depan



Gbr. 5.6. Tampak depan

Pada bagian tampak depan, dominasi material transparan terlihat pada sisi kiri yang berfungsi sebagai showroom sehingga mobil-mobil yang dipajang di dalam dapat terlihat dari luar, bahkan pada malam hari dengan bantuan sistem pencahayaan buatan yang telah diatur sedemikian rupa.

Di bagian tengah yang berfungsi sebagai *main-entrance* pergerakan elemen-elemen pendukung mulai terlihat dinamis, dimulai dari repetisi bukaan bagian ruang ATM dan ruang restoran cepat saji pada lantai dua, kemudian pada bagian pintu masuk yang disisipi elemen logam pada dinding di atasnya sebagai awal dari penggunaan material beragam dengan memakai bahan *metal-chrome*, sampai dengan bukaan bagian kanan yang ditata dengan diagonal ke atas sebagai pengantar ke bentuk yang paling dinamis pada unit ruang komunitas.



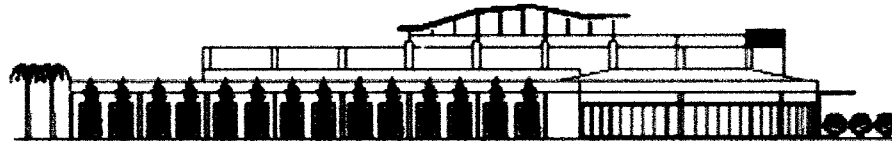
5.6. Tampak Samping Kanan



Gbr. 5.7. Tampak samping kanan

Dari tampak samping kanan akan terlihat bentuk atap yang melengkung pada unit ruang layanan purna jual yang mengarah pada unit ruang komunitas di depannya. Terlihat juga beberapa *rolling-door* sebagai repetisi pengantar dari ruang modifikasi. Sementara bagian depan, yaitu unit ruang komunitas, dari tampak samping kanan lebih terlihat terbuka terutama pada bagian bawah yang dihiasi oleh *celebration wall* sebagai bentuk ekspresif dari rangkaian bentuk-bentuk lainnya.

5.7. Tampak Samping Kiri



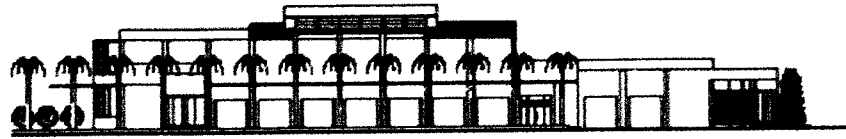
Gbr. 5.8. Tampak samping kiri

Dari tampak samping kiri akan terlihat repetisi bukaan pada unit ruang penyimpanan stok mobil menuju ke ruang showroom yang sudah terlihat lebih transparan. Sementara dari jauh akan terlihat lantai dua yang dihiasi dengan atap lengkung yang terbuat dari rangka baja dan penutup *metal-copper aged*.

Unit ruang showroom tampak berbeda dengan yang lain, dimana bentuknya lebih statis dan tampak lebih transparan. Hal ini selaras dengan konsep pencitraan bentuk bangunan pada fase awal metamorfosis kodok yang menjadi titik pangkal dari perubahan bentuk-bentuk untuk unit ruang lainnya. Walaupun demikian, facade unit ruang ini tetap mendapatkan pengolahan dengan baik sehingga tetap harmonis dan menarik sehubungan dengan fungsinya sebagai ruang pameran.



5.8. Tampak Belakang

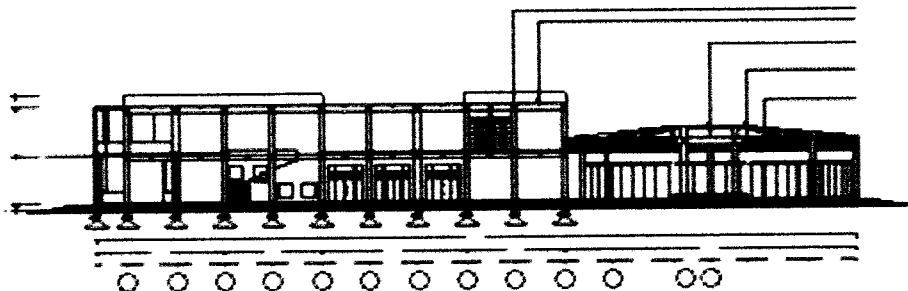


Gbr. 5.9. Tampak belakang

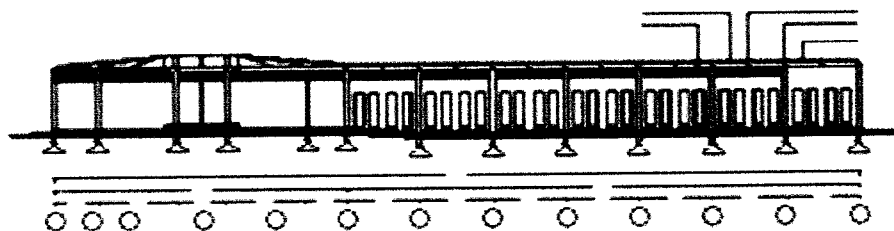
Pada bagian tampak belakang tidak ada pengolahan lebih khusus kecuali pada bagian muka ruang perbaikan dan perawatan yang ditambahkan beberapa elemen rangka dari *metal-chrome* sebagai penyangga lapisan *skylight* dimana dapat memberikan keteduhan dan perlindungan dari air hujan sehingga menambahkan para mekanik bekerja.

5.9. Potongan

Struktur dan konstruksi bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta pada dasarnya menggunakan sistem struktur rangka beton bertulang yang dikombinasikan dengan rangka baja pada unit-unit ruang tertentu.



Gbr. 5.10. Potongan A-A



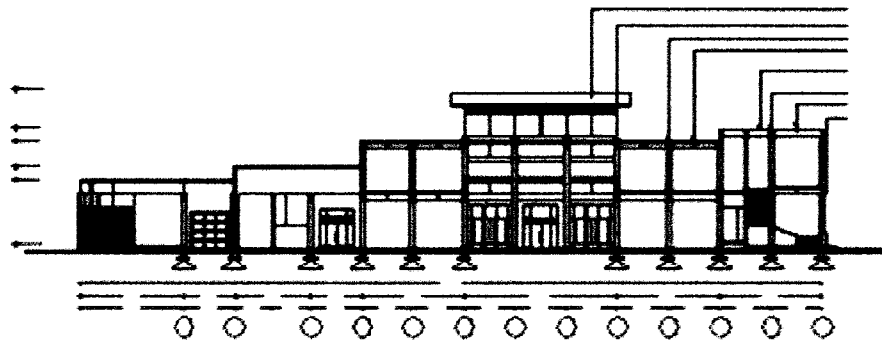
Gbr. 5.11. Potongan C-C

Dari potongan A-A dan C-C, struktur pada unit ruang showroom berbeda dengan unit ruang lainnya, dimana bentuknya yang radial statis memerlukan penggunaan bahan yang khusus agar estetikanya tetap terjaga. Dalam hal ini

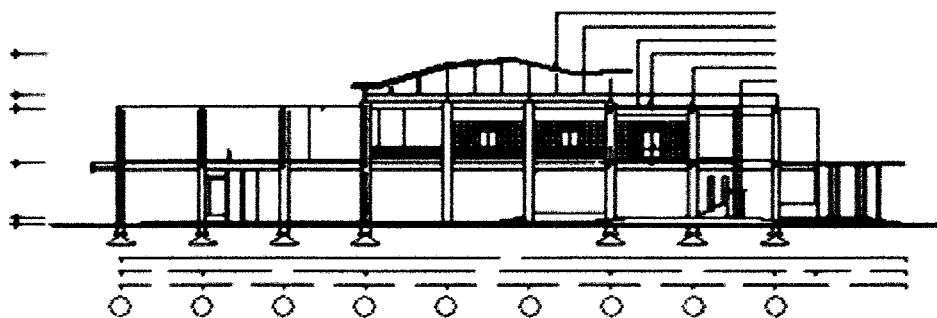


bahan yang digunakan untuk pondasi tetap memakai *footplate* namun setelah sloof keatas disambung dengan kolom baja berbentuk *hollow* melingkar dengan diameter 30 cm sebagai penopang rangka baja atap yang diikat dengan balok-balok dari baja.

Sedangkan dari potongan B-B dan D-D, struktur pada unit ruang penjualan *spare-part* dan layanan purna jual menggunakan sistem struktur konvensional. Kolom dengan dimensi 40 x 60 cm, balok induk 30 x 50 cm dan balok anak 15 x 30 cm yang menopang penutup atap, baik dak dengan ketebalan 12 cm maupun *metal deck copper aged* dengan penyangga dari rangka baja. Sementara untuk struktur unit ruang komunitas menggunakan struktur baja untuk mendukung bentuk ruang yang dinamis.



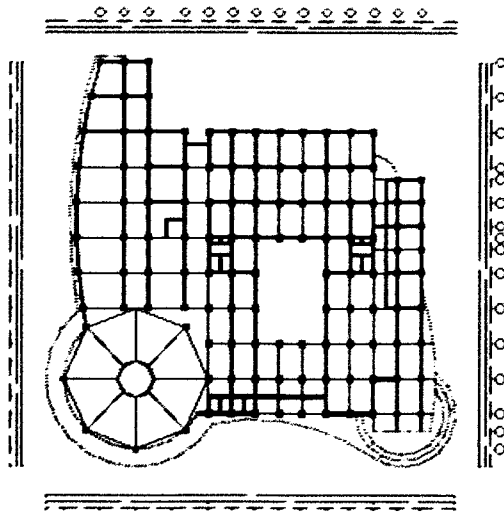
Gbr. 5.12. Potongan B-B



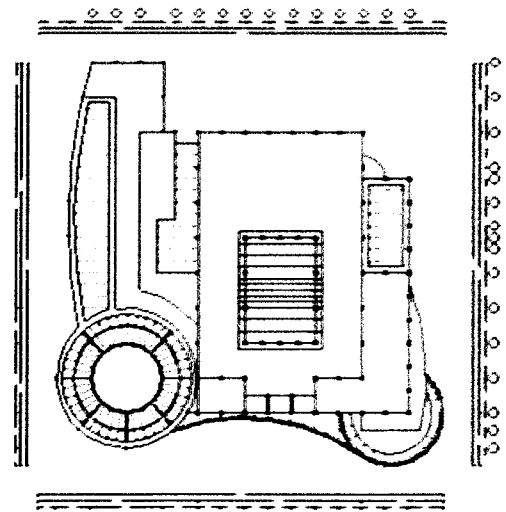
Gbr. 5.13. Potongan D-D

5.10. Rencana-rencana

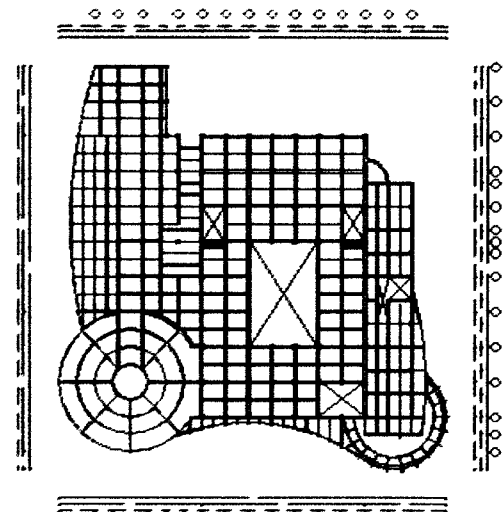
Dari penjelasan mengenai struktur diatas, maka secara terpadu sistem struktur konstruksi bangunan Pusat Volkswagen Yogyakarta dapat terlihat dari beberapa gambar rencana di bawah ini, terdiri atas rencana pondasi, rencana kolom dan balok, serta rencana atap.



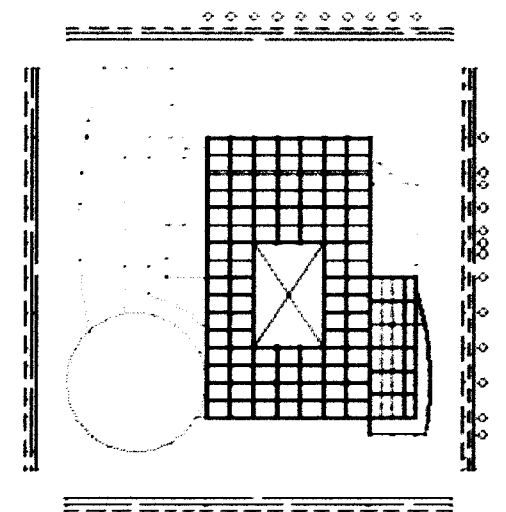
Gbr. 5.14. Rencana pondasi



Gbr. 5.15. Rencana atap

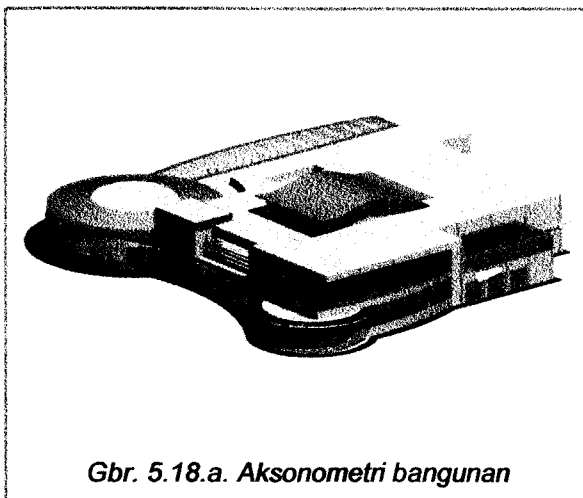


Gbr. 5.16. Rencana kolom dan balok lantai 1

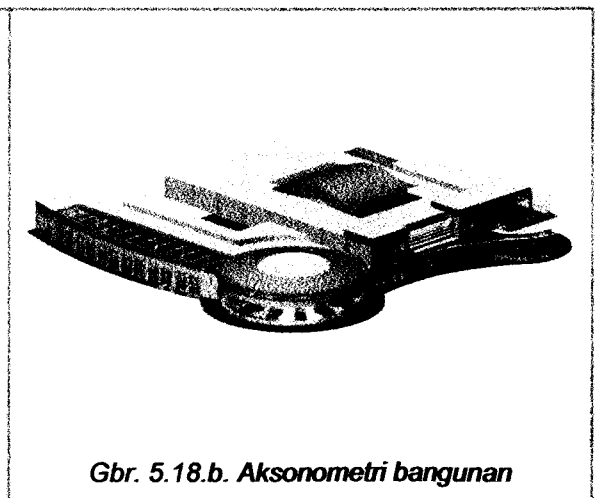


Gbr. 5.17. Rencana kolom dan balok lantai 2

5.11. Aksonometri



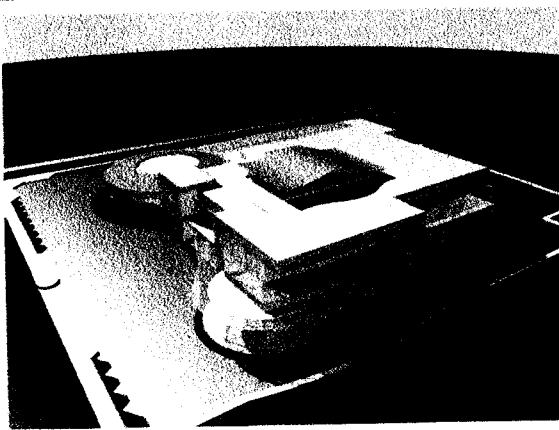
Gbr. 5.18.a. Aksonometri bangunan



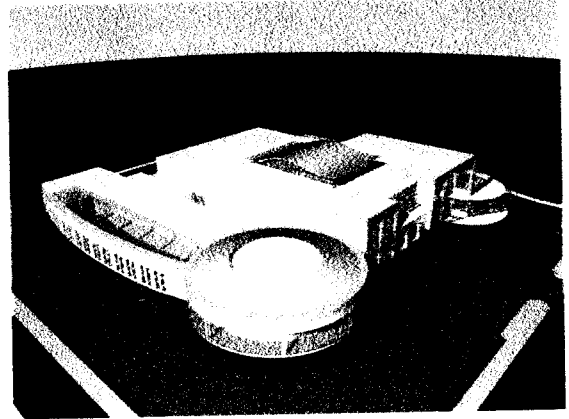
Gbr. 5.18.b. Aksonometri bangunan



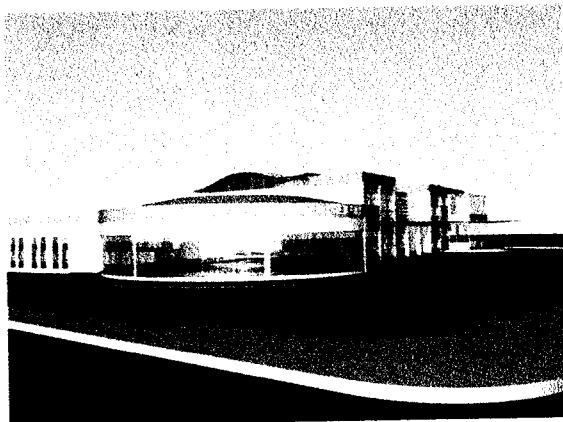
5.12. Perspektif



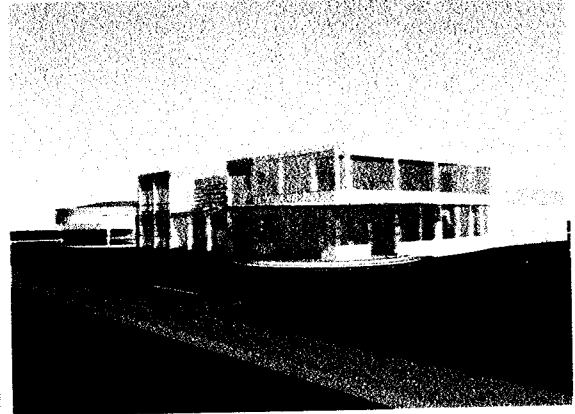
Gbr. 5.19.a. Perspektif mata burung
(arah tenggara)



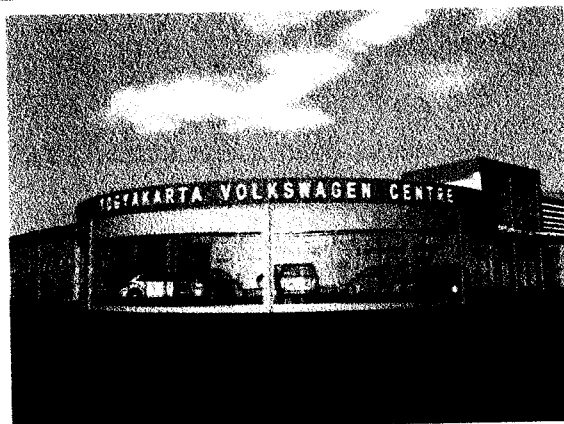
Gbr. 5.19.b. Perspektif mata burung
(arah barat daya)



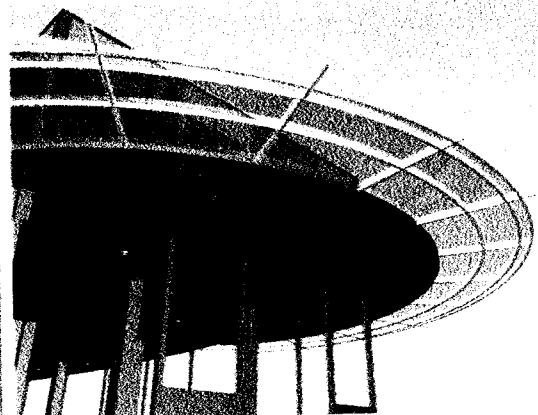
Gbr. 5.20. Perspektif eksterior
(arah barat daya)



Gbr. 5.21. Perspektif eksterior
(arah tenggara)



Gbr. 5.22. Perspektif eksterior
(unit ruang showroom)



Gbr. 5.23. Perspektif eksterior
(unit ruang komunitas)

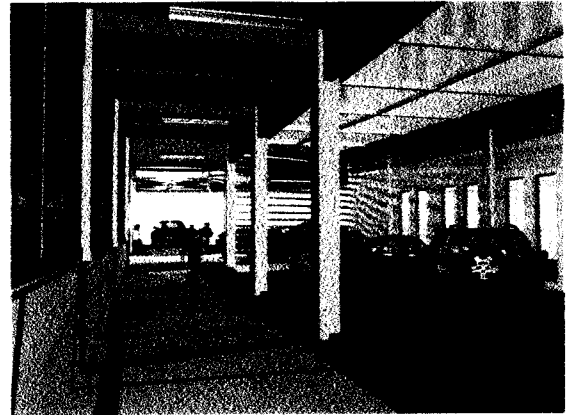


DAFTAR PUSTAKA

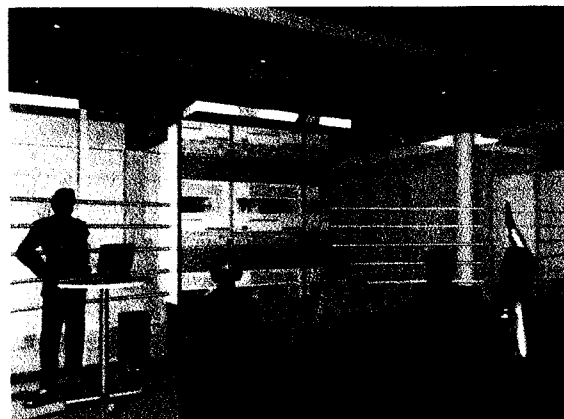
- Ching, Francis D.K, 1999, *Arsitektur ; Bentuk-Ruang & Susunannya*, Erlangga, Jakarta.
- Heng, Teh Joo, (2004-2005), "Core Difference", *d+a - design and architecture (asia)*, Vol. 023. p. 33-41.
- Komunitas Volkswagen Indonesia (2006) *Club House*, dari <http://www.vw-indonesia.com>
- Krier, Rob, 2001, *Komposisi Arsitektur*, Erlangga, Jakarta.
- Mangunwijaya, YB, 1995, *Wastu Citra ; Pengantar Ke Ilmu Budaya Bentuk Arsitektur, Sendi-sendi Filsafatnya, Beserta Contoh-contoh Praktis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Solomon, Nancy B, (2005), "Flights of Fancy in Long-Span Design", *Architectural Record*, Vol. 10. p. 181-188.
- Volkswagen Indonesia (2006) *Corporate Information : Know VW, Market Place, Passenger, Commercial, Communities, After Sales*, dari <http://www.volkswagen.co.id>
- Volkswagen Internasional (2006) *Autostadt : People, Cars – and what drives them*, dari <http://www.volkswagen.com>
- White, Edward T, 1994, *Buku Sumber Konsep ; sebuah kosakata bentuk-bentuk arsitektural*, Intermatra, Bandung.



Gbr. 5.24. Perspektif interior
(ruang showroom)



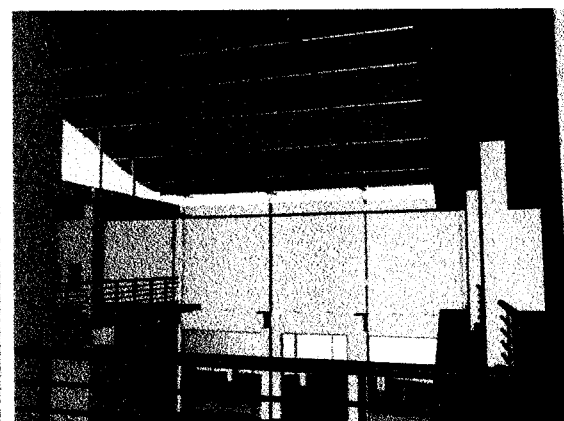
Gbr. 5.25. Perspektif interior
(ruang stok mobil)



Gbr. 5.26. Perspektif interior
(ruang presentasi digital)



Gbr. 5.27. Perspektif interior
(ruang hall/atrium)



Gbr. 5.28. Perspektif interior
(ruang selasar lantai 2)



Gbr. 5.29. Perspektif interior
(ruang komunitas lantai 2)



LAMPIRAN
(Gambar-gambar Perancangan)