

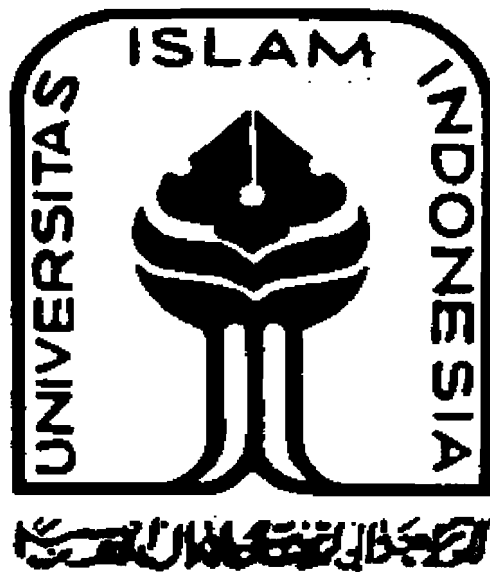
PERPUSTAKAAN FTSP UIN

HABISAN/SELE

TGL TERIMA : 2 Agustus 2015  
NO. JUDUL : 001498  
NO. INV. : 5200001498001  
NO. INDUK :

TUGAS AKHIR

**SHOWROOM HARLEY DAVIDSON  
YOGYAKARTA**



L  
711.552

Juni

5

1

xi, 56 : bibl. di 28.  
lang

Disusun Oleh :

JUNAIDI

No.Mhs : 92 340 079

Nirm : 920051013116120074

Showroom

**JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERANCANGAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2004**

LEMBAR PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR

**SHOWROOM HARLEY DAVIDSON  
YOGYAKARTA**



Mengesahkan  


**Kepala Jurusan  
FTSP UII**

(Ir. REVIANTO BS, M.Arch)

The signature is written in black ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA', 'FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN', and 'YOGYAKARTA'.

**Dosen Pembimbing  
Tugas Akhir**

(Ir. REVIANTO BS, M.Arch)

The signature is written in black ink over a circular official stamp, identical to the one used by the Head of the Department.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

*Alhamdulillah*, puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT, karena hikmat dari pada-Nya penyusun mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan judul "Showroom Harley Davidson di Yogyakarta" yang merupakan jawaban dari banyak pertanyaan dari para bikers " dapatkah kita bisa mempunyai suatu showroom Harley Davidson yang dapat menampung kegiatan para bikers selain penyediaan kendaraan saja Adapun penulisan tugas akhir ini guna memenuhi persyaratan dalam rangka penyelesaian pendidikan sarjana strata satu (S1), Jurusan Arsitektur – Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan – Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Walaupun jauh dari kesempurnaan, namun harapan saya manfaat yang ada dari karya ini bisa menambahkan pengetahuan bagi saya dan pembaca.

Untuk penyusunan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Widodo M.SCE. Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan – Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Ir. Revianto Budi Santoso M.Arch, Selaku Ketua Jurusan Arsitektur - Teknik Sipil dan Perencanaan – Universitas Islam Indonesia.
3. Ir. Revianto Budi Santoso M.Arch., selaku dosen pembimbing
4. Ir. Hanif Budiman, MSA., selaku dosen penguji.
5. Semua dosen dan karyawan FTSP – UII
6. Teman-teman kost wisma meranti, Taufik, Feri, Oho, Korik, Momo, atas dukungannya.

KITA DITANTANG UNTUK BEKERJA TANPA MENGENAL LELAH AGAR KITA MERAIH KEUNGGULAN DALAM PEKERJAAN KITA. TIDAK SEMUA TERPANGIL DALAM MENEKUNI PEKERJAAN PROFESIONAL ATAU SPESIALIS, BAHKAN LEBIH SEDIKIT LAGI YANG NAIK KETINGKAT KEJENIUSAN DALAM SENI DAN ILMU, BANYAK YANG MENJADI PEKERJAAN YANG TIDAK BERARTI. SEMUA PEKERJAAN YANG MENGANGKAT MANUSIA ITU MEMILIKI MARTABAT DAN KEPENTINGAN, DAN HARUS DILAKSANAKAN DENGAN KEUNGGULAN YANG SUNGGUH-SUNGGUH. KALAU SESEORANG MENJADI PENYAPU JALAN, IA MESTINYA MENYAPU SEPERTI MICHEL ANJELO MELUKIS ATAU BEETHOVEN PENGUBAH MUSIK ATAU SHAKESPEER MENULIS SYAIR. IA MESTINYA MENYAPU JALAN BEGITU BAIK SEHINGGA SEMUA PENGHUNI LANGIT DAN BUMI BERHENTI UNTUK BERKATA “ DISINI HIDUP SEORANG PENYAPU JALAN YANG HEBAT, YANG MELAKUKAN PEKERJAAN DENGAN BAIK.” **(MARTIN LUTHER KING JR)**

Buah karya ini kupersembahkan untuk:

Peroleh ridho-Nya, Rab penggengam alam semesta sebagai rasa syukur atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya.

Kedua yang tersayang Bapak dan Bunda sebagai rasa hormat dan baktiku atas kesabaran dan doa tulusnya.

Adek-adekku tersayang Jeli dan Tini, serta seluruh keluarga di Lampung.

## ABSTRAKSI

Sebagai pemenuhan atas permintaan yang berkembang dan terus bertambahnya import sepeda motor yang dilakukan oleh beberapa perusahaan yang mempunyai kewenangan akan hal tersebut. Sistem Completely Built Up (CBU) dan Semi Knock Down (SKD) berlomba dalam rangka mencari pasar di Indonesia. Negara-negara industri seperti Jepang, Cina, Italy, Amerika melakukan ekspor memasukan produknya yang dianggap memenuhi pasar. Walaupun pengadaan motor-motor CBU yang makin diperketat guna melindungi pasar dan produk dalam negeri, namun kebijakan tersebut tidak menyurutkan minat pasar. Hal tersebut terbukti dari makin banyaknya permintaan motor Harley Davidson dari tahun ketahun.

Dengan banyaknya populasi kendaraan yang ada sekarang ini maka menimbulkan beberaa efek positif yang mendukung. Sebagai contoh atas efek positif yang ditimbulkan antara lain, fasilitas area parkir, asuransi, pompa bensin (SPBU), rental motor, showroom, bengkel dan lain sebagainya. Selain sebagai media mobilitas yang lebih efisien sepeda motor sekarang ini sudah menjadikan prestise yang dibawa oleh merek-merek kendaraan tersebut. Harley Davidson mempunyai nilai gengsi yang tinggi, dikarenakan memang harga yang dipatok pada kendaraan tersebut sangat tinggi juga kualitasnya yang sudah terbukti. sejak pertama kali dibuat hingga sekarang motor Harley Davidson mempunyai sejarah yang panjang dan mempunyai "Trade Mark" tersendiri bagi negara Indonesia. Dan sinilah sebuah wadah guna menampung untuk memasarkan produknya sangat diperlukan.

Showroom merupakan wadah yang sesuai dalam hal tersebut, namun untuk konsumen motor Harley Davidson tidaklah cukup, fasilitas penunjang guna memberikan nilai plus bagi main dealer sangat diperlukan bagi konsumen. Adapun fasilitastersebut adalah bengkel, kafe, klub, yang dapat digunakan sebagai tempat untuk berinteraksi antar para biker. Selain itu pertimbangan lokasi juga menentukan dalam hal ini kota Jogjakarta sangat sesuai, terlebih peminat motor HD sangat besar.

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

Pengertian Judul.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Umum.....	1
1.1.2. Khusus.....	2
Sejarah Motor Harley Davidson.....	4
Karakteristik Kegiatan Harley Davidson di Jogjakarta.....	7
1.2. Permasalahan.....	8
1.3. Tujuan dan Sasaran.....	8
1.4. Lingkup Pembahasan.....	9
1.5. Metode Pembahasan.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9

### BAB II PERANCANGAN

2.1. Fungsi Showroom Harley Davidson.....	11
2.1.1. Aktifitas Kegiatan di dalam Showroom.....	11
2.1.2. Fasilitas Penunjang di dalam Showroom Harley Davidson.....	12
2.2. Kebutuhan Ruang dan Karakter Ruang Showroom Harley Davidson.....	15
2.3. Kapasitas dan Besaran Ruang.....	16
2.4. Hubungan Ruang.....	19
2.5. Karakter – Karakter Penting dalam Showroom Harley Davidson.....	20

2.6. Tinjauan Lokasi dan Site.....	28
2.7.. Penampilan Bangunan Showroom.....	29

### **BAB III SCHEMATIC DESIGN**

3.1. Pola Organisasi Ruang.....	33
3.2. Analisa Site .....	33
3.3. Analisa Pencahayaan.....	35
3.4. Analisa Tata Display.....	36
3.5. Konsep Gubahan Massa.....	38
3.6. Konsep Penampilan Bangunan.....	38

### **BAB IV LAPORAN PERANCANGAN**

4.1. Tinjauan Umum Proyek.....	40
4.1.1. Spesifikasi teknis.....	40
4.2. Tranpormasi Konsep Desain.....	43
4.2.1. Transpormasi Konsep Desain Site.....	43
4.2.1.1. Sirkulasi dan Pencapaian.....	44
4.2.1.2. Tata Letak Bangunan.....	45
4.2.1.3. View ke Site.....	46
4.2.2. Transpormasi Konsep Desain Bangunan.....	46
4.2.2.1. Citra Motor Harley Davidson.....	46
4.2.2.2. Citra Kegiatan Biker Harley davidson.....	48
4.2.2.3. Citra Symbol.....	51
4.2.3. Pencahayaan.....	52
4.2.3.1. Pencahayaan Alami.....	52
4.2.3.2. Pencahayaan Buatan.....	53
4.2.4. Tata Display.....	53
4.2.4.1. Tata Ruang Pameran Menurut Sistematika Penyajian.....	53
4.2.4.2. Tata Pameran Menurut Tata Penyajiannya.....	54

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xii</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	
----------------------	--

## DAFTAR GAMBAR

BAB	NO	KETERANGAN GAMBAR	HAL
II	2.1	Kegiatan pameran	11
	2.2	Kegiatan jual beli	12
	2.3	Kegiatan perbengkelan	13
	2.4	Kegiatan kafe dan klub	14
	2.5	Skema kelompok besar	19
	2.6	Skema hubungan ruang pameran	19
	2.7	Skema hubungan ruang kafe dan klub	19
	2.8	Skema hubungan ruang bengkel	20
	2.9	Skema hubungan ruang pengelola	20
	2.10	General lighting "the David Geffen Foundation building"	21
	2.11	Pencahayaan setempat "Buell Showroom Harley Davidson USA"	21
	2.12	Pencahayaan tambahan "Kutter Dealership HD USA"	22
	2.13	Pencahayaan gabungan "Harley Davidson Showroom"	22
	2.14	Sistematika penyajian berdasarkan kronologi dan jenis	23
	2.15	Tata penyajian secara biasa	23
	2.16	Tata penyajian diatas stage	24
	2.17	Tata penyajian digantung	24
	2.18	Tata penyajian ditempel didinding	24
	2.19	Tata penyajian replica	25
	2.20	Aksentuasi pada lantai	26
	2.21	Aksentuasi pada flapond	26
	2.22	Ruang workshop bengkel	27
	2.23	Karakter ruang kafe	28



	2.24	Lokasi dan site	29
	2.25	Penataan massa	30
	2.26	Penampilan kesan gagah	30
	2.27	Karakter jalanan	31
	2.28	Transpormasi logo	32
III	3.1	Skema organisasi ruang	33
	3.2	Lokasi dan site	34
	3.3	View site	34
	3.4	Sirkulasi dan pencapaian	35
	3.5	Pencahayaan ruang pameran	36
	3.6	Pencahayaan ruang bengkel	36
	3.7	Sistematika penyajian	36
	3.8	Diatas stage	37
	3.9	Peninggian plafond	37
	3.10	Konsep gubahan massa	38
	3.11	Konsep karakter gagah	38
	3.12	Konsep karakter touring	39
	3.13	Konsep karakter logo	39
IV	4.1	Lokasi dan site Showroom HD	40
	4.2	Denah semi basement	41
	4.3	Denah lantai 01	42
	4.4	Potongan pondasi dan balok	43
	4.5	Site showroom	44
	4.6	Sirkulasi dan pencapaian showroom	44
	4.7	Tata letak bangunan	45
	4.8	View ke site	46
	4.9	Konsep bentuk	47
	4.10	Konsep gagah dan kokoh	48
	4.11	Konsep touring atau jalanan	49
	4.12	Ruang kafe	49
	4.13	Ruang luar kafe	50
	4.14	Ruang bengkel	50
	4.15	Ruang tunggu bengkel	51

	4.16	Konsep symbol	52
	4.17	Pencahayaan alami	52
	4.18	Pencahayaan buatan	53
	4.19	Tata penyajian ruang pameran	54
	4.20	Tata perletakan diatas stage	55

## DAFTAR TABEL

BAB	NO	KETERANGAN TABEL	HAL
II	2.1	Kebutuhan ruang pengelola	15
	2.2	Kebutuhan ruang pameran dan jual beli	15
	2.3	Kebutuhan ruang bengkel dan modifikasi	15
	2.4	Kebutuhan ruang kafe dan klub	16
	2.5	Kebutuhan ruang penunjang lainnya	16
	2.6	Kapasitas dan besaran ruang pimpinan	16
	2.7	Kapasitas dan besaran ruang pameran dan jual beli	17
	2.8	Kapasitas dan besaran ruang perbengkelan	17
	2.9	Kapasitas dan besaran ruang kafe dan klub	18
	2.10	Kapasitas dan besaran ruang penunjang	18
IV	4.1	Besaran ruang semi basement	41
	4.2	Besaran ruang lantai 01	41

# BAB I

## PENDAHULUAN

### ***Pengertian Judul***

***Showroom*** : Ruang pameran, kamar pajangan<sup>1)</sup>. Tapi disini ruang pameran tidak hanya semata-mata memiliki pengertian memamerkan dan mempromosikan produk, tetapi juga sebagai tempat penjualan jenis motor yang dipamerkan dan lebih dari itu didalamnya terdapat ruang-ruang yang mendukung kegiatan utama seperti perbengkelan dan modifikasi, ruang tempat berkumpul atau nongkrong para biker (seperti kafe), ruang tempat menjual accessories dan merchandise, ruang klub biker, tempat penjualan sparepart.

***Harley Davidson*** : salah satu nama merk kendaraan sepeda motor yang ada di Indonesia. Sedangkan nama Harley Davidson itu sendiri diambil dari gabungan nama orang pencetus atau pembuat sepeda motor tersebut yaitu William S. Harley dan Athur Davidson.

***Showroom Harley Davidson*** adalah ruang pameran yang didalamnya memamerkan dan memperagakan sepeda motor merk Harley Davidson dengan tujuan mempromosikan dan menjual produknya, selain dari itu showroom tersebut juga ditunjang oleh kegiatan pendukung lainnya seperti perbengkelan dan modifikasi, penjualan sparepart, penjualan accessories dan merchandise, kafe, ruang klub biker dan lainnya.

### **1.1. Latar Belakang**

#### **1.1.1. Umum**

Dengan semakin banyaknya permintaan akan sepeda motor oleh konsumen mengakibatkan import sepeda motor di Indonesia menjadi tidak terkendali. Hal ini perlu adanya pengaturan oleh pemerintah untuk melindungi kondisi pasar dalam negeri di Indonesia. Maka pemerintah mengeluarkan

---

<sup>1)</sup> John M. Echols – Hasan Shadily, Kamus Inggris – Indonesia Edisi XIII Maret 1984, hal 524, PT. Gramedia Jakarta

kebijaksanaan tentang keringanan biaya masuk untuk kendaraan yang dimport dalam bentuk semi knock down yang artinya kendaraan tersebut tidak sepenuhnya perakitan dan pembuatan komponen-komponennya dilakukan oleh negara pengeksport, tetapi ada sistem assembling yang dikerjakan oleh negara pengimport. Kebijakan tersebut sudah dimulai sejak tahun 1968 dan diperkuat dengan adanya kebijakan susulan pada tahun 1974, yang memperketat pengimport kendaraan jadi atau completely built up ( CBU ). Kebijakan tersebut bertujuan agar memacu kondisi otomotif dalam negeri untuk tidak hanya bergantung pada luar negeri. Namun demikian kebijakan tersebut tidak membuat para konsumen motor berhenti untuk memilikinya. Hal ini dapat diketahui dari terus meningkatnya pemilik kendaraan CBU, terutama sepeda motor Harley Davidson di Indonesia.

Perkembangan dunia otomotif mempunyai variasi yang spesifik<sup>2)</sup>, hal tersebut terjadi karena kondisi perekonomian di Indonesia yang labil. Namun sebagai perimbangan akan menurunnya aktifitas bisnis otomotif, maka pemerintah mulai membuka jalur baru terhadap negara yang akan memasukkan produknya. Sedangkan untuk kendaraan yang didatangkan dari luar dengan sistem CBU masih mampu menembus pasar sekitar 5 % dari penjualan tahun 2000 yaitu sebanyak 15000 unit<sup>3)</sup>.

Semakin banyak populasi kendaraan yang ada sekarang makin menimbulkan beberapa efek fasilitas infra struktur yang dapat mendukung dalam kegiatan tersebut seperti fasilitas area parkir, asuransi, pompa bensin atau SPBU, rental motor, bengkel, showroom dan beberapa area promo guna peluncuran produk baru ( launching ). Dari beberapa fasilitas infra struktur tersebut, showroom mempunyai arti penting terhadap pemasaran produk suatu jenis kendaraan, sebab showroom dapat memfasilitasi antara produsen dan konsumen yang dapat berintraksi secara langsung.

### 1.1.2. Khusus

Beberapa produk kendaraan yang dikenal saat ini merupakan tuntutan akan manusia yang semakin membutuhkan media mobilitas yang lebih efektif. Motor-motor CBU saat ini sudah mempunyai nilai prestise yang tinggi sehingga

---

<sup>2)</sup> Indonesia Automotive Industry and Development, GAIKINDO

<sup>3)</sup> Laporan Ketua GAIKINDO Bambang Trisulo, Kompas Cyber Media, Kamis 21 Desember 2000

yang tadinya hanya sebagai alat transportasi berubah menjadi sebuah gengsi dan hobby. Diantara merek-merek sepeda motor yang masuk di Indonesia antara lain Cagiva, BMW, Triumph, Aprilia, Ducati, Harley Davidson, dan sebagainya.

Sejak pertama kali mesin motor dibuat hingga sekarang, Harley Davidson mempunyai sejarah yang cukup panjang dan punya nama tersendiri baik di Indonesia maupun di dunia. Hal tersebut dapat dilihat dari datangnya motor tersebut pada tahun 1920 ke Indonesia, hingga sampai saat ini memiliki klub-klub tersendiri diantaranya HDCI, HOG, ISHD dan lain-lain. Jumlah anggota Harley Davidson yang bernaung dalam HDCI ( Harley Davidson Club Indonesia ) berjumlah 1200 orang anggota<sup>4)</sup>, baik itu anggota yang aktif maupun anggota yang tidak aktif. Jumlah anggota Harley Davidson tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Bali, Medan, Ujung Pandang dan lain-lain.

Harley Davidson mempunyai APM (agen pemegang merek ) antara lain yaitu PT Mabua Harley Davidson (MHD) di Jakarta dan PT Dewata Harley Davidson di Bali. Sedangkan Untuk PT Mabua Harley Davidson sudah melakukan perakitan sendiri pada beberapa komponen, sehingga membuat harga motor relatif lebih murah dibandingkan dipasok langsung dari pabriknya. Untuk promosi dan pemasarannya Harley Davidson saat ini hanya memiliki showroom di beberapa tempat saja seperti Jakarta dan Bali. Hal ini dirasakan tidak sebanding dengan daerah-daerah yang memiliki potensi pasar yang besar dalam pemasaran produk Harley Davidson di Indonesia. Di tambah lagi dengan adanya perdagangan bebas AFTA yang akan dimulai pada tahun 2003. Sehingga mendorong para APM untuk memperbanyak membuka showroom pada daerah yang memiliki potensi pasar yang baik dan mudah di akses tidak terkecuali APM Harley Davidson. Untuk daerah lain seperti Jogjakarta dan sekitarnya yang memiliki apresiasi dan minat akan motor Harley Davidson sangat banyak. Hal ini dapat dilihat dari terbentuknya klub motor Harley Davidson di Jogjakarta, sehingga dirasakan perlu untuk memiliki sarana dan prasarana seperti showroom yang dapat menampung minat dan apresiasi para pencinta Harley Davidson di Jogjakarta dan sekitarnya.

---

<sup>4)</sup> Harley Davidson Club Indonesia (HDCI)

Di sinilah showroom Harley Davidson menjadi sangat diperlukan karena selain harus ada fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung seperti penyediaan spare part, bengkel, accessories, merchandise garasi, area parkir, area test drive dan sebagainya. Showroom Harley Davidson juga harus dapat menjadi media bagi para biker ( sebutan bagi pengendara motor ) untuk dapat berkumpul dan bertukar informasi seputar motor atau even-even yang sudah dan akan diselenggarakan. Sehingga showroom dirasakan perlu untuk memiliki fasilitas-fasilitas pendukung lainnya seperti kafe, galeri dan lain-lain. Dan akhirnya showroom dapat menjadi media pemersatu bagi para penyelenggara maupun pemilik Harley Davidson di Jogjakarta dan sekitarnya.

### **Sejarah Motor Harley Davidson**

Pada tahun 1903 William S. Harley (21 tahun) dan Arthur Davidson (20 tahun) memperkenalkan pada publik produk Pertama motor Harley Davidson. Sepeda motor tersebut dibuat untuk balapan, dengan spesifikasi 3-1/8 inc bore dan 3-1/2 inc stroke. Pabrik dimana mereka bekerja berukuran 10 x 15 kaki, dengan nama "Harley Davidson Motor Company". Saudara Arthur yaitu Walter ikut bergabung dengan perusahaan tersebut. Henry Meyer dari milwaukee, salah satu teman sekolah William S. Harley dan Arthur Davidson membeli salah satu model tahun 1903. Dealer Harley Davidson pertama C. H. Lang di Chicago, berhasil menjual salah satu dari tiga produk motor Harley Davidson pertama yang telah dibuat.

William A. Davidson dan Walter Davidson yang merupakan saudaranya Arthur ikut bergabung dengan perusahaan tersebut setelah berhenti dari tempat kerja terdahulu sebagai mandor di kereta api. Kemudian perusahaan motor Harley Davidson digabung pada 17 september 1907, saham dibagi rata antara 4 pendirinya, sedangkan jumlah staff bertambah menjadi 18 pekerja. Ukuran pabrik diperluas, perekrutan agen dimulai dengan target daerah New England. Sepeda motor pertama yang terjual untuk tugas publik dikirim ke Departemen Kepolisian Detroit Mich pada tahun 1908.

Perusahaan motor Harley Davidson pada tahun 1909 memperkenalkan motor bertenaga V ganda (V twin) pertamanya. Dengan pengeseran 49,5 inc kubik, motor tersebut menghasilkan 7 tenaga kuda. Bentuk dua silinder dalam konfigurasi 45 derajat menjadi salah satu icon paling bertahan dan kuat

sepanjang sejarah Harley Davidson. Juga untuk pertama kali tersedia suku cadang motor Harley yang berlogo "Bar &Shield" digunakan untuk pertama kali pada tahun 1910 dan setahun kemudian dipatenkan.

Pembangunan kantor pusat dan pembangunan pabrik utama di Juneau Ave di Milwaukee dimulai. Departemen suku cadang dan accessories yang terpisah dibentuk. Harley Davidson mengeksport motor ke Jepang tahun 1912, yang menandai penjualan pertama di luar Amerika. Jaringan dealer berkembang menjangkau lebih dari 200 negara. Departemen balap dibentuk dengan William Ottaway sebagai asisten engineer bagi William S. Aharley.

Pada tahun 1917 - 1918, 1/3 dari produk Harley Davidson dijual pada militer Amerika untuk kebutuhan PD I, departemen harley davidson memutuskan untuk membuka pelatihan mekanik militer pada motor H-D, usaha ini dibuka bulan juli 1917, yang kemudian menjadi sekolah servis. Penjualan sepeda H-D dimulai, yang komponennya dibuat oleh PT Davis Sewing Machine di Dayton, Ohio, sepeda itu dijual melalui jaringan dealer H-D.

Pada tahun 1941 Amerika terjebak dalam PD II, produksi motor sipil dihentikan dalam mendukung produksi militer, sekolah servis diubah menjadi sekolah kepala bagian perlengkapan angkatan darat untuk pelatihan mesin militer. Harley Davidson memproduksi XA 750, motor dengan silinder berhadapan horizontal dan shaft drive, yang dirancang untuk didaerah gurun. Kontrak ditunda karena perang yang bergerak keluar Afrika Utara, hanya 1.011 XA yang dibuat.

Harley Davidson menerima penghargaan pertama dari 4 penghargaan Army-Navy "E", karena kecakapannya dalam produksi masa perang (tahun 1943). Di luar negeri banyak montir Amerika mendapat exposure pertama mereka untuk motor H-D, sesuatu yang tidak mereka lupakan ketika mereka akan kembali. PD II berakhir tahun 1945, dan H-D telah memproduksi 90.000 model WLA untuk penggunaan perang, setelah itu produksi motor sipil mulai lagi pada bulan November.

Harley Davidson memperkenalkan motor balap WR 45 inc kubik, motor ini terbukti jadi salah satu motor balap terbaik yang pernah dibangun. Pembalap track H-D, Jimmy Chann menduduki posisi pertama dari 3 kejuaraan nasional AMA. Pada tahun 1948 bentuk-bentuk baru ditambahkan pada mesin berkatub 61 dan 74, termasuk head alumunium dan filter katub hidrolik, juga penambahan



baru satu potong krom yang dilapisi penutup penggancang yang dibentuk seperti panci kue, nama julukan "Panhead" hanya nampak logis. Produksi motor ringan buatan Amerika mulai dengan model S, berbagai versi akan dijual sampai tahun 1966.

Hingga sekarang Harley Davidson dimata dunia punya nama tersendiri, kuda besi dengan konstruksi mesin V twin merupakan keunggulan dari produknya yang spektakuler. Bahkan untuk Indonesia yang mempunyai ikatan sejarah terhadap sepeda motor tersebut pada masa PD II dengan mayoritas produk yang masuk adalah model WLA dan WLC 750 cc. Namun masuknya motor Harley Davidson ke Indonesia diperkirakan pada tahun 1920 yang dibawa oleh orang Inggris. Sesuai kematangannya maka dealer yang terbesar di dunia cukup banyak, untuk Indonesia sendiri hanya mempunyai 2 main dealer yaitu PT Mabua Harley Davidson (MHD) dan PT Dewata Harley Davidson yang terletak di Jakarta dan di pulau Bali.

Sedangkan produk-produk yang dihasilkan Harley Davidson Company saat ini sangat banyak, antara lain :

1. Sepeda motor

Dengan beberapa macam model yaitu Softail, VRSC, Sportster, Dyna Glide, Touring, police.

2. Spare-part

Ban, piston, kampas kopling atau rem, rantai, dan lain-lain.

3. Aksesoris motor

Spion, lampu sign, lampu, sticker, seat (jok atau tempat duduk), handle rem atau kopling, klakson, dan sebagainya.

4. Perlengkapan pengendara (motor clothes)

Jaket, kaos tangan, baju, celana, sepatu, helm.

5. Aksesoris pakaian (merchandise)

Bandana, kaca mata, korek gas, emblem, dompet, tempat korek, dan lainnya

## **Karakteristik Kegiatan Harley Davidson di Jogjakarta**

Perkumpulan Harley Davidson motor club di Jogjakarta memiliki jumlah anggota 70 bikers, yang aktif sekitar 40 orang anggota. Untuk daerah Jawa Tengah dan sekitarnya diperkirakan memiliki anggota sebanyak 140 biker, yang terbanyak terdapat di daerah Semarang. Sepeda motor Harley Davidson tertua yang ada di Jogjakarta keluaran tahun 1937. Baru-baru ini pada tahun 2003 Harley Davidson Club Indonesia mengadakan acara ulang tahunnya Harley Davidson yang ke 100 tahun, acara ulang tahun tersebut diadakan di Bali dan dihadiri hampir dari seluruh Indonesia, termasuk biker-biker Harley Davidson Jogjakarta turut hadir dalam perayaan tersebut.

Pada saat ini para bikers Harley Davidson Jogjakarta tidak ada tempat berkumpul yang tetap, setiap berkumpul tempatnya selalu berpindah-pindah. Dalam setiap berkumpul para biker selalu mencari tempat yang dapat menyatu dengan motor tunggangannya, dalam artian bahwa para biker tidak ingin berada jauh dari motornya setiap mereka ngumpul atau nongkrong. Setidak-tidaknya bila mereka nongkrong motornya dapat terlihat oleh mereka sendiri atau oleh orang lain. Para biker lebih suka berkumpul pada tempat yang memiliki lahan parkir yang luas dan tidak tertutup, mereka tidak suka nongkrong ditempat yang parkirnya tertutup seperti parkir didalam basement atau didalam bangunan.

Dari pengamatan langsung sebagian besar para bikers memilih Harley Davidson sebagai tunggangannya karena mereka mengenal dari sejarah motor Harley yang sudah cukup lama dan legendaris serta terkenal ketahanan mesin motornya, karena mereka hobby dan cinta akan motor tersebut, para biker merasa motor Harley memiliki citra gagah dan kokoh sebagai motor tunggangannya, sebagian lagi karena dengan memiliki Harley akan menaikkan gengsinya dan sebagian lagi karena ingin manambah teman dan pergaulan. Pengendara motor Harley Davidson kebanyakan orang-orangnya memiliki kegemaran menjelajah atau touring.

Adapun atribut Harley Davidson kebanyakan memakai jaket kulit, sarung tangan kulit, helmnya seperti helm pilot jaman dahulu, sepatunya menggunakan sepatu jengel atau sepatu kulit yang berhak tinggi, dompet yang ada rantainya, karena dari sejarahnya motor Harley ini berasal dari Amerika dan orang Amerika menyebut motor harley sebagai kuda besi sehingga atribut Harley seperti atribut

seorang koboy. Dalam perawatan motor Harley berbeda dengan motor jenis lainnya karena seorang biker Harley harus kenal betul dengan motornya sehingga bila orang lain menggunakan motor tersebut, ia akan kesulitan dalam mengendalikannya, seperti kita dalam merawat seekor kuda, kita harus mengenal dahulu kuda tersebut baru kita dapat menungangi kuda tersebut.

Hubungan antara para biker pencinta Harley Davidson bersifat sangat kekeluargaan. Misalnya saja, pada saat touring ada anggota yang motornya mengalami atau mendapat masalah, para anggota yang lain pasti saling membantu. Saling memberi informasi tentang seputar motor atau ada acara apa yang berhubungan dengan Harley Davidson.

## **1.2. Permasalahan**

Bagaimana menampilkan karakter kegiatan biker Harley Davidson atau Harley Davidson itu sendiri yang nantinya menjadi pembentuk citra pada bangunan showroom Harley Davidson

## **1.3. Tujuan dan Sasaran**

### **Tujuan**

Untuk memwadahi kegiatan-kegiatan bagi promosi Harley Davidson dan fasilitas pendukung lainnya baik secara arsitektural serta komersial.

### **Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai adalah:

- Kegiatan para biker yang suka mengadakan perjalanan touring akan menjadi acuan dalam penataan ruang pameran. Alur-alur dalam perjalanan akan ditampilkan dalam ruangan pameran. Sehingga nantinya dapat memberi kemudahan bagi penggemar Harley Davidson untuk mengetahui dan mendalami sejarah dan karakter motor yang ada.
- Hubungan pemilik dan motor yang sangat erat menjadikan acuan untuk mendesain bengkelnya nanti. Bagaimana kita mendesain bengkel dengan memadukan dua kegiatan dalam satu ruang.
- Bagaimana menampung pengunjung biker dan pengunjung umum dalam satu ruangan kafe dengan tidak memberikan perbedaan fasilitas antara

satu dengan yang lainnya. Bagaimana agar ruang kafe dapat melihat kearea parkir untuk menjaga kedekatan antara biker dan motornya.

- Bagaimana mencitrakan penampilan bangunan dengan menjadikan bentuk motor dan logo Harley Davidson sebagai bentuk konsep dari penampilan bangunan tersebut.

#### **1.4. Lingkup Pembahasan**

Lingkup pembahasan yang akan dibahas pada showroom Harley davidson meliputi :

1. Pembahasan mengenai pengertian dari showroom serta fasilitas-fasilitas pendukung yang ada di dalamnya.
2. Pembahasan tentang persyaratan-persyaratan ruang dalam aktifitas sebuah showroom dan fasilitas pendukungnya, guna memberikan pelayanan terhadap pemakai untuk menjawab tuntutan kebutuhan dan permintaan.
3. Pembahasan pengelolaan gubahan massa, ruang, penampilan Arsitektur dan elemen lainnya yang akan memberikan nilai estetika terhadap desain bangunan.

#### **1.5. Metode Pembahasan**

Pembahasannya dengan menggunakan metode analisis sintesis yang mendiskripsikan dari analisa data yang didapat baik itu dari data primer ( data yang didapat langsung dari kondisi eksisting ) maupun data sekunder ( data yang diperoleh dari data studi literatur yang berkaitan dengan isu-isu permasalahan yang ada ). Untuk kemudian dirangkum sebagai konsep dasar perencanaan dan perancangan.

#### **1.6. Sistematika Penulisan**

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Mengemukakan latar belakang, pokok permasalahan, tujuan dan sasaran penulisan, lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika penulisan.

**BAB II PERANCANGAN**

Tinjauan operasional kegiatan, kebutuhan ruang, besaran ruang, kriteria lokasi, karakteristik bangunan, serta hal-hal yang mendukung lainnya didalam showroom.

**BAB III SCHEMATIC DESIGN**

Tinjauan organisasi ruang, analisa site, pencahayaan, tata display, analisa gubahan massa dan analisa tampilan bangunan.

**BAB IV LAPORAN PERANCANGAN**

Penjelasan dan analisa terhadap gambar-gambar Perancangan selama di studio.

## BAB II

# PERANCANGAN

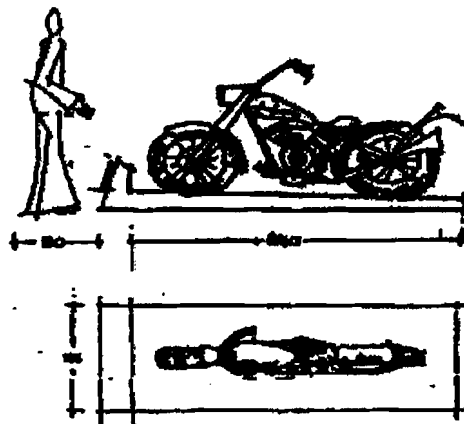
### 2.1. Fungsi Showroom Harley Davidson

Showroom merupakan wadah kegiatan yang memberikan pelayanan publik, customer, pelanggan yang menginginkan jasa atau juga informasi mengenai motor Harley Davidson. Showroom juga memberikan pelayanan dalam bidang penjualan dan tukar tambah, service (perawatan dan perbaikan) kepada konsumen sehingga memberikan keuntungan kepada dealer atau perusahaan.

#### 2.1.1. Aktifitas Kegiatan Didalam Showroom

##### 1. Kegiatan pameran / promosi

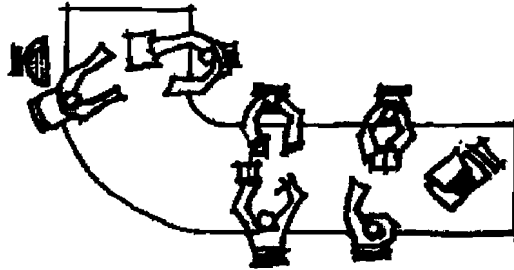
Promosi merupakan pintu masuk dalam memasarkan produk yang akan dijual atau dilempar ke pasaran. Karena promosi bertujuan untuk memperkenalkan keunggulan dan keistimewaan dari produk yang dipromosikan kepada masyarakat. Dari mendengar, melihat, lalu mencoba dan akhirnya memutuskan untuk memiliki adalah salah satu tujuan dari promosi kepada konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualannya. Kegiatan promosi biasanya dilakukan pada saat produsen mempunyai produk baru yang akan diluncurkan.



Gambar 2.1. Kegiatan pameran

## 2. Kegiatan jual-beli

Kegiatan jual-beli atau transaksi dapat dilakukan ketika adanya penawaran dan permintaan terhadap suatu produk, dan adanya kecocokan harga terhadap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini sebagai penjual adalah dealer atau sales representatif, dan sebagai pembeli adalah user atau konsumen.



Gambar 2.2. Kegiatan jual beli

## 3. Boutique

Boutique tersebut menyediakan perangkat perlengkapan yang digunakan pengendara motor Harley Davidson dengan lisensi yang diberikan dari Harley Davidson USA. Perangkat perlengkapan tersebut berupa baju, jaket, rompi, kaos, bed bordir, bandana atau slayer, sepatu, perhiasan, helm, dan lain-lain.

### 2.1.2. Fasilitas Penunjang Dalam Showroom Harley Davidson

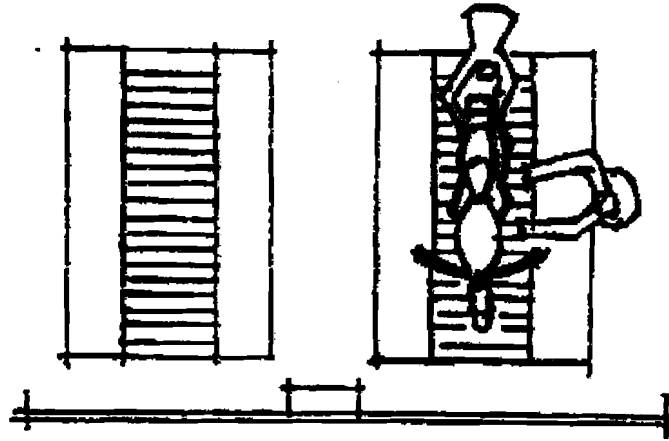
Untuk menunjang proses kegiatan showroom maka perlu adanya fasilitas jasa penunjang yang lainnya seperti :

#### 1. Fasilitas perbengkelan (bengkel, modifikasi dan spare-part atau onderdil)

##### a. Bengkel

Ketika dealer mempunyai produk yang diperjual-belikan maka pelayanan terhadap purna jual harus dapat dilakukan oleh dealer sebagai syarat atas berdirinya dealer tersebut (after sales service). Salah satu pelayanan purna jual terhadap pemakai adalah servis dan perawatan terhadap kendaraan yang telah dibeli. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menampung para konsumen yang memakai motor Harley Davidson sebagai wujud pelayanan "after

sales service” yang mendatangkan pendapatan bagi dealer tersebut. Selain itu juga akan menimbulkan kepercayaan dan meningkatkan citra terhadap harley Davidson itu sendiri.



Gambar 2.3. Kegiatan perbengkelan

b. Spare-part

Tempat yang berfungsi sebagai tempat untuk menjual spare-part (onderdil) motor Harley Davidson. Keaslian dari spare-part sepenuhnya dijamin, karena pihak main dealer telah mendapatkan lisensi dari Harley Davidson Amerika.

c. Modifikasi

Tempat yang menyediakan assesori, bodi kit dan komponen-komponen yang bersifat menambah penampilan motor Harley Davidson seperti seat (jok atau tempat duduk), lampu sign, knalpot dan sebagainya. Komponen assesori tersebut khusus display dari Harley davidson USA.

2. Fasilitas club dan kafe

a. Klub

Kata klub merupakan adopsi dari bahasa inggris “Club”, yang mempunyai arti perkumpulan atau gedung perkumpulan. Sedangkan dalam bahasa Indonesia mempunyai pengertian kumpulan orang-orang yang mengadakan persekutuan untuk maksud tertentu atau gedung tempat pertemuan anggota suatu perkumpulan. Batasan dari aktifitas klub adalah organisasi yang mewadahi anggotanya (pemilik dan pengguna motor Haerley



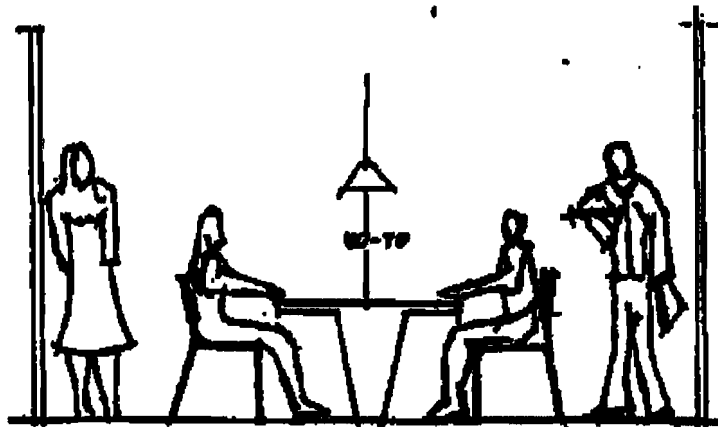
Davidson), yang memiliki satu kegemaran atau hobi yang sama dan hendak menyalurkan kegiatan tersebut yang dapat diwadahi dalam satu tempat.

Untuk klub yang dimaksudkan disini tidak hanya sebatas mengurus hal-hal yang bersifat administrasi, tetapi juga menjadi tempat untuk mengkoordinasi para anggotanya. Sedangkan tempat untuk mereka berkumpul antar sesama biker adalah di kafe.

b. Kafe

Kafe merupakan kata yang diadopsi dari bahasa Inggris "cafe", yang mempunyai arti restoran, rumah makan, warung kopi. Namun arti sesungguhnya adalah tempat minum seperti kopi, teh, susu, soft drink dan minuman beralkohol, dipadu dengan hiburan musik. Namun dalam hal ini batasan terhadap aktifitas kafe adalah tempat yang menjual makanan dan minuman tertentu terhadap konsumennya dalam suatu suasana dunia Harley Davidson yang disediakan oleh kafe tersebut. Dalam hal ini konsumen kafe tidak terbatas hanya para biker saja, tetapi kafe ini juga diperuntukkan bagi konsumen umum lainnya yang ingin mengunjungi kafe tersebut.

Fungsi lain dari kafe ini adalah dipersiapkan sebagai tempat bagi para biker Harley Davidson untuk berkumpul atau nongkrong, bertukar informasi seputar motor Harley atau event-event yang akan diselenggarakan, sebagai tempat berkumpul sebelum mengadakan perjalanan touring.



Gambar 2.4. Kegiatan kafe dan klub

### 3. Kegiatan administrasi

Guna memudahkan proses kegiatan yang berhubungan dengan pembukuan, akuntansi, finansial, serta birokrasi, maka diperlukan adanya bidang administrasi.

## 2.2. Kebutuhan Ruang dan Karakter Ruang Showroom Harley

### Davidson

Dari berbagai kegiatan yang ada, maka kebutuhan ruang meliputi beberapa kelompok, yaitu:

#### 1. Ruang kegiatan pengelola

**Tabel 2.1. Kebutuhan ruang pengelola**

No	Jenis ruang	Karakter ruang
1	R. Direktur	Membutuhkan suasana tenang dan penghawaan buatan
2	R. Manajer	Idem
3	R. Puslitbang	Idem
4	R. Seketeris	Idem
5	R. Staf	Idem
6	R. Acouting	Idem
7	R. Asuransi	Idem
8	R. Satpam	Membutuhkan keterbukaan ruang
9	Gudang	Membutuhkan ruang tertutup

#### 2. Ruang kegiatan pameran dan jual beli

**Tabel 2.2. Kebutuhan ruang pameran dan jual beli**

No	Jenis ruang	Karakter ruang
1	R. Pamer	Membutuhkan penghawaan buatan Memerlukan keleluasaan gerak agar pengunjung nyaman dalam bergerak Membutuhkan pencahayaan buatan guna menambah penampilan estetika
2	R. Boutique (Stand clothes dan marchedise)	Membutuhkan penghawaan buatan Memerlukan keleluasaan gerak agar pengunjung nyaman dalam bergerak Membutuhkan pencahayaan buatan guna menambah penampilan estetika
3	R. Sales	Mudah berinteraksi dengan pengunjung Membutuhkan sirkulasi yang lancar
4	R. Kasir	Membutuhkan sirkulasi yang lancar Mudah terlihat dan dicapai
5	Kamar pas	Membutuhkan ruang tertutup
6	Gudang	Membutuhkan ruang tertutup
7	R. transaksi dan konsultasi	Membutuhkan ketenangan

#### 3. Ruang kegiatan penunjang

##### a. Kegiatan perbengkelan

**Tabel 2.3. Kebutuhan ruang bengkel, modifikasi dan sparepart**

No	Jenis ruang	Karakter ruang
1	Frontdesk	Membutuhkan sirkulasi yang lancar
2	R. Tunggu	Membutuhkan penghawaan buatan, hiburan, ketenangan

3	R. Kepala bengkel	Penghawaan buatan, ketenangan, serta kemudahan dalam melakukan kontrol dengan ruang workshop
4	R. Kepala mekanik	Idem
5	R. Mekanik	Idem
6	R. Meeting mekanik	Mebutuhkan ketenangan dan penghawaan buatan
7	R. Ganti pakaian	Ruang tertutup
8	Workshop	Mengeluarkan polusi udara, suara, oli dan kotoran lain
9	Workshop modifikasi	Idem
10	R. Penjualan sparepart	Menghasilkan sampah padat
11	Gudang	Mebutuhkan ruang tertutup

### b. Kegiatan kafe dan klub

**Tabel 2.4. Kebutuhan ruang klub dan kafe**

No	Jenis ruang	Karakter ruang
1	R. Kafe	Penghawaan yang baik dan sirkulasi yang lancar
2	Bar	Penghawaan yang baik dan sirkulasi yang lancar
3	Kasir	Sirkulasi yang lancar, mudah terlihat dan dicapai
4	Dapur	Menghasilkan polusi
5	R. pengurus	Kemudahan untuk berkoordinasi dengan ruang anggota
6	Gudang	Mebutuhkan ruang tertutup
7	R. Perpustakaan	Penghawaan yang baik dan ketenangan yang baik
8	R. Audiovisual	Penghawaan yang baik dan ruang kedap suara

### c. kegiatan penunjang lainnya

**tabel 2.5. Kebutuhan ruang penunjang lainnya**

No	Jenis ruang	Karakter ruang
1	Mushola	Memerlukan ketenangan
2	Parkir	Pemisahan antara kendaraan pengelola dan pengunjung Sirkulasi yang lancar Mengeluarkan polusi dan adanya kejelasan tanda
3	R. Elektrik dan cleaning servis	Mengeluarkan kotoran debu dan peralatan
4	Lavatory	Mebutuhkan privatisasi
5	Genset	Menghasilkan kebisingan

## 2.3. Kapasitas dan Besaran Ruang

Dari kebutuhan ruang yang ada didalam showroom Harley davidson seperti ruang pengelola, pameran, perbengkelan dan modifikasi, kafe dan klub, serta dari seberapa banyak pemilik motor harley dijogjakarta, solo dan jawa tengah, maka dapat diambil suatu asumsi-asumsi besaran ruang yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

### 1. Ruang Pimpinan

**Tabel 2.6 Kapasitas dan besaran ruang pimpinan**

No	Jenis ruang	Kapasitas (orang)	Peralatan yang diwadahi	Besaran standart (standart Neufert)	Sirkulasi 20%	Besaran (asumsi)
1	R. Direktur	1	1set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	20	4	20

2	R. Tamu direktur	3	1 set meja kursi	9	1,8	9
3	R. Rapat	6	1 meja, 6 kursi, 1 meja komputer dan 1 almari	16	3,2	16
4	Puslitbang	1	1 meja, 1 kursi, 1 meja komputer dan 1 almari	6	1,2	6
5	R. Seketaris	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	5	1	5
6	R. Accounting	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	6	1,2	6
7	R. Satpam	1	1 meja dan 1 kursi, 2 kursi tamu,	4	0,8	4
<b>Total</b>				<b>X sirkulasi 20%</b>		<b>79,2 m<sup>2</sup></b>

## 2. Ruang pameran dan jual beli

tabel 2.7. Kapasitas dan besaran ruang pameran dan jual beli

No	Jenis ruang	Kapasitas (orang)	Peralatan yang dibawahahi	Besaran ruang (standart Neufert)	Sirkulasi 30%	Besaran asumsi
1	R. Pamer	12 motor	1 box peralatan sepeda motor/grid	15/grid	54	180
2	Boutique		Clothes, hanger, etalase, meja, kursi	–	45	150
3	R. Sales	2	1 meja ,2kursi	14	4,2	14
4	R. Kasir	1	1 meja ,1 kursi, 1 meja komputer, 2 kursi tamu	–	1,8	6
5	R. Manajer	1	1 meja ,1 kursi, 1 meja komputer, 2 kursi tamu	15	4,5	15
6	R. Staf	4	4 meja ,4 kursi, 2 meja komputer, 2 kursi tamu	–	5,4	18
7	R. Asuransi	1	1 meja ,1 kursi, 1 meja komputer, 2 kursi tamu	–	2,7	9
8	R. Rapat	4	1 meja, 4 kursi dan 1 almari	12	3,6	12
9	Gudang		Barang-barang boutique		9	30
10	Gudang		Barang-barang pameran	40	12	40
<b>Total</b>				<b>X sirkulasi 30%</b>		<b>616,2 m<sup>2</sup></b>

## 3. Ruang perbengkelan

Tabel 2.8. Kapasitas dan besaran ruang perbengkelan

No	Jenis ruang	Kapasitas (orang)	Peralatan yang diwadahi	Besaran standart (standart Neufert)	Sirkulasi 30%	Besaran asumsi
1	Workshop	3 sepeda motor	Penyedot asap, toolset, kompresor, dan pembuangan oli	–	24,3	81
2	Workshop modifikasi	2 sepeda motor	Penyedot asap, toolset, kompresor, dan pembuangan oli	–	14,4	48
3	Penjualan spare-part	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 4 rak almari	–	6,3	21
4	R. Tunggu	8	10 kursi, 2 meja, 1 televisi	–	5,4	18
5	Frontdesk	3	3 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	–	1,8	6
6	R. Manajer	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	15	4,5	15
7	R. Rapat	5	1 meja, 5 kursi dan 1 almari	12	3,6	12
8	R. Kepala	3	1 set meja kursi, 1 meja	9	2,7	9

	bengkel		komputer, 1 almari			
9	R. kepala mekanik	3	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	9	2,7	9
10	R. mekanik	6	6 kursi, 1 meja	18	5,4	18
11	R. meeting mekanik	8	8 kursi, 1 meja, 1 meja besar	9	2,7	9
12	R. ganti pakaian	6	6 almari	9	2,7	9
13	Gudang	1	Tempat penyimpanan spare-part	40	12	40
<b>Total</b>				<b>X sirkulasi 30%</b>		<b>383,5 m<sup>2</sup></b>

#### 4. Ruang kafe dan klub

Tabel 2.9. Kapasitas dan besaran ruang kafe dan klub

No	Jenis ruang	Kapasitas (orang)	Peralatan yang diwadahi	Besaran standart (standart Neufert)	Sirkulasi 30%	Besaran asumsi
1	Kafe	76	19 set meja, 76kursi	2x76=152	45,6	152
2	Pengurus klub	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	21	5,4	18
3	Kasir	1	1 set meja komputer	—	1,8	6
4	Dapur	6	3 kompor, wajan, panci	—	7,2	24
5	Dapur saji	3	Rak pengantar makanan	—	5,4	18
6	Gudang	1	Tempat penyimpanan	—	12	40
7	Bar	1	Gelas, botol minuman	—	4,8	16
8	Perpustakaan	10	Rak, buku meja, kursi	—	6,3	21
9	Audiovisual	10	Tempat memutar film	—	7,2	24
10	R. Manajer	1	1 set meja kursi, 1 meja komputer, 1 almari	15	4,5	15
11	R. Rapat	5	1 meja, 5 kursi dan 1 almari	12	3,6	12
12	R. staf	4	4 meja, 4 kursi, 2 meja komputer, 2 kursi tamu	20	6	20
<b>Total</b>				<b>X sirkulasi 30%</b>		<b>475,8 m<sup>2</sup></b>

#### 5. Ruang penunjang

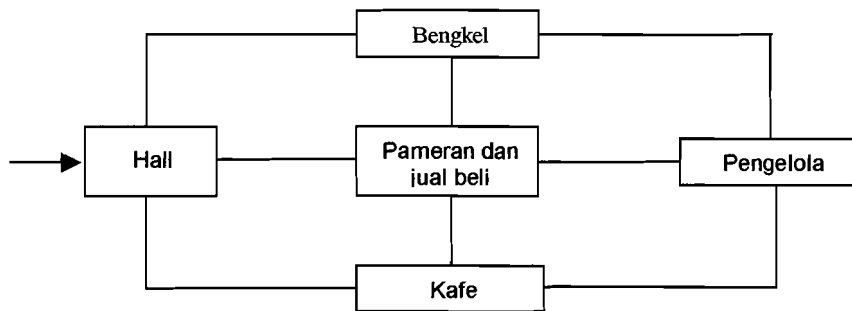
Tabel 2.10. Kapasitas dan besaran ruang penunjang

No	Jenis ruang	Kapasitas (orang)	Peralatan yang diwadahi	Besaran standart (standart Neufert)	Sirkulasi 20%	Besaran asumsi
1	Musholla	30	30 sejadah, karpet, microphone	—	12	60
2	Parkir pengelola dan tamu	12 mobil, 30 sepeda motor	Pembatas antara kendaraan	12m <sup>2</sup> /mobil 2,5 m <sup>2</sup> /sepeda motor	(60%) 86 45	144 75
3	Parkir pengunjung	20 mobil 41 motor	Pembatas antara kendaraan	12m <sup>2</sup> /mobil 5 m <sup>2</sup> /sepeda motor	(60%)144 123	240 205
4	r. Elektrik dan cleaning servis	3 orang	1 meja dan 3 kursi, 1 almari	12	2,4	12
5	Lavatory	8 orang /4 lavatory			10,2	52
6	Genset	2	mesin		6	30
<b>Total</b>				<b>X sirkulasi 20 %</b>		<b>1246.6 m<sup>2</sup></b>

## 2.4. Hubungan Ruang

Hubungan ruang disini dibagi kedalam dua kelompok yaitu kelompok besar dan kelompok kecil.

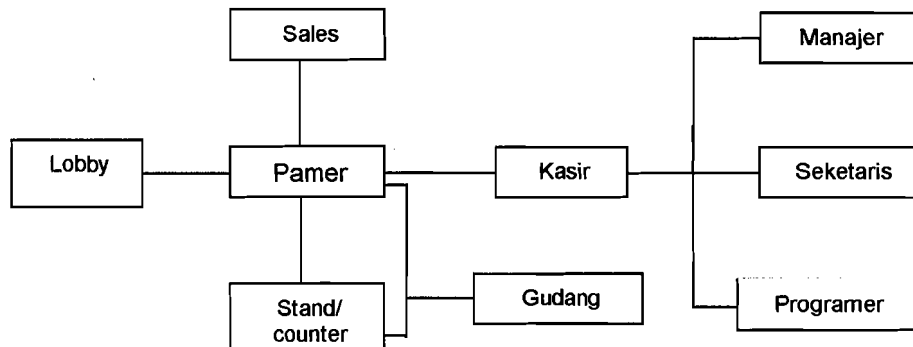
### A. Kelompok besar



Gambar 2. 5. Skema kelompok besar

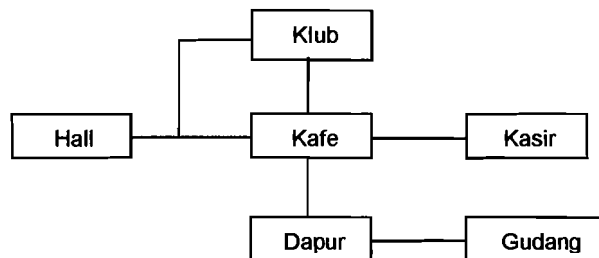
### B. Kelompok kecil

#### 1. Hubungan ruang pameran



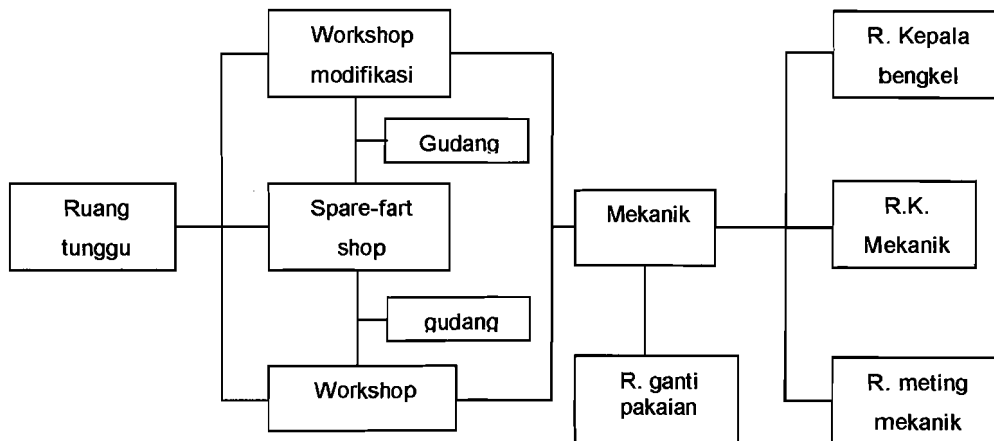
Gambar 2.6. Skema hubungan ruang pameran

#### 2. Hubungan ruang kafe dan klub



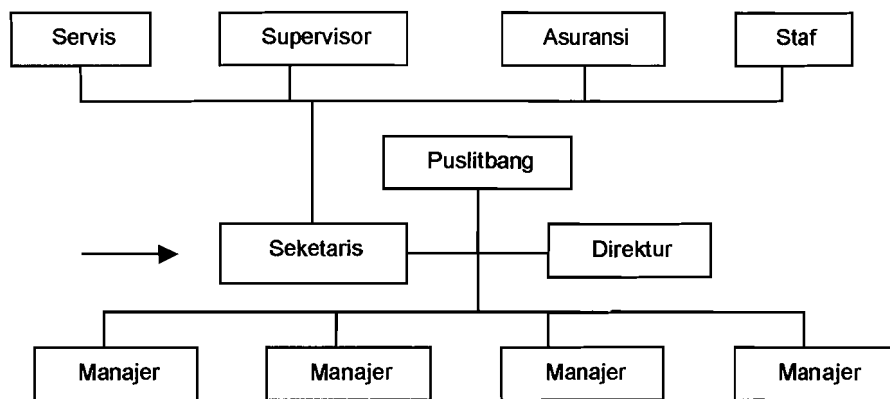
Gambar 2.7. Skema hubungan ruang kafe dan klub

### 3. Hubungan ruang bengkel



Gambar 2.8. Skema hubungan ruang bengkel

### 4. Hubungan ruang pengelola



Gambar 2.9. Skema hubungan ruang pengelola

## 2.5. Karakter-Karakter Penting Dalam Showroom Harley Davidson

### Ruang pameran

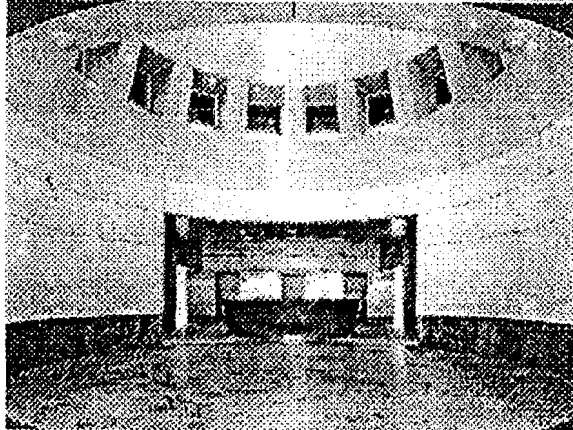
#### 1. Pencahayaan

Pencahayaan sangat berperan dalam tampilan produk yang disajikan kepada publik. Dalam fungsi cahaya mampu menampilkan keuntungan tersendiri, membantu untuk lebih memahami sesuatu yang secara nyata muncul akibat pencahayaan.

Berdasarkan jenis pencahayaannya, terdiri atas sebagai berikut:

A. Pencahayaan umum (general lighting)

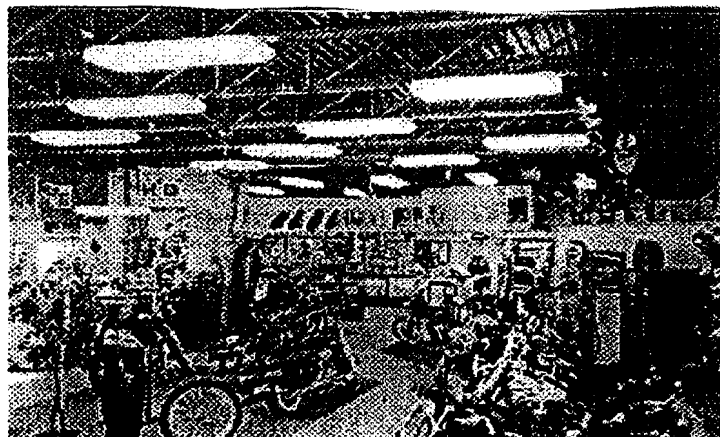
Diperlukan untuk ruangan yang memerlukan pencahayaan yang merata dan menyeluruh. Untuk keperluan tersebut diharapkan cahaya jatuh pada bidang kerja horizontal dengan intensitas yang sama dan cahaya yang merata.



**Gambar 2.10. General lighting  
The David Geffen Foundation Building<sup>5</sup>**

B. Pencahayaan setempat

Ditujukan sebagai titik-titik penerangan yang memang disediakan untuk keperluan tertentu. Diletakkan pada sudut ruangan atau area tertentu tanpa ataupun ada penerangan umum lainnya (contoh : lampu sorot).



**Gambar 2.11. Pencahayaan setempat  
Buell Showroom Harley Davidson USA<sup>6</sup>**

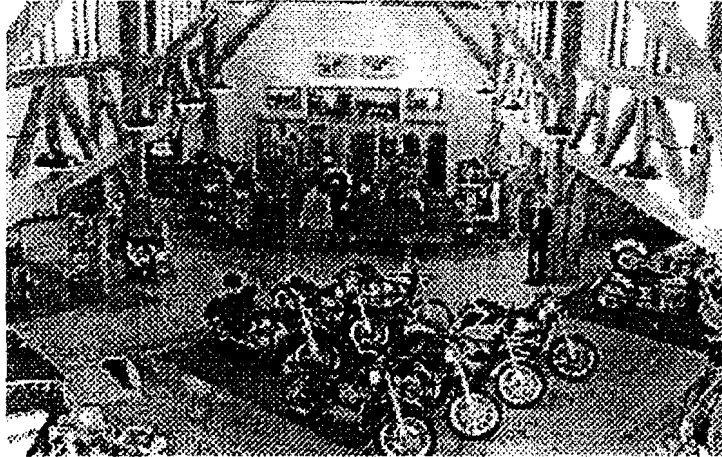
<sup>5</sup> [www. Great building.com](http://www.Greatbuilding.com)

<sup>6</sup> [www.buell-harleydavidson.com](http://www.buell-harleydavidson.com)



C. Pencahayaan tambahan

Adalah penerangan tertentu untuk keperluan khusus didalam suatu area dimana masih terdapat penerangan umum lainnya(seperti lampu duduk, lampu dinding display).



**Gambar 2.12. Pencahayaan tambahan  
Kutter Dealership Showroom Harley Davidson USA<sup>7</sup>**

D. Pencahayaan gabungan (pencahayaan umum dan setempat)

Diperlukan karena tuntutan fungsional, yang membutuhkan penerangan umum dan penerangan setempat.



**Gambar 2.13. Pencahayaan gabungan  
Harley Davidson Showroom<sup>8</sup>**

<sup>7</sup> [www.kutter-harleydavidson.com](http://www.kutter-harleydavidson.com)

<sup>8</sup> [www.harleydavidson.com](http://www.harleydavidson.com) London.co.uk/

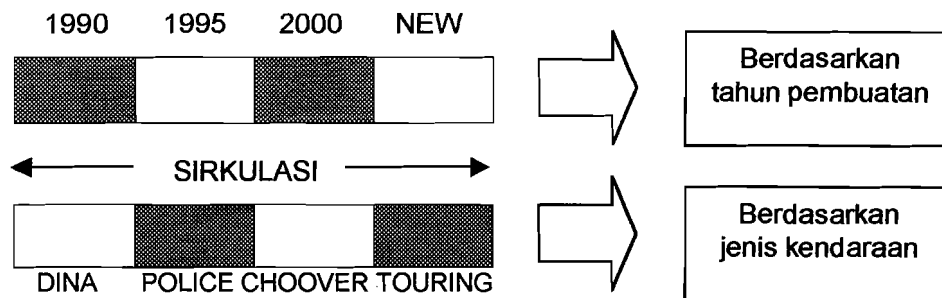
## 2. Tata display

Dalam penataan ruang pameran, ada beberapa langkah yang akan diambil untuk mewujudkan sebuah showroom yang atraktif, antara lain:

### A. Tata pameran menurut sistematika penyajian, yaitu:

Kronologis berdasarkan urutan waktu tahun pembuatan

Diurutkan berdasarkan jenis kendaraan seperti, custom, touring, chooper, police, dan lain-lain.

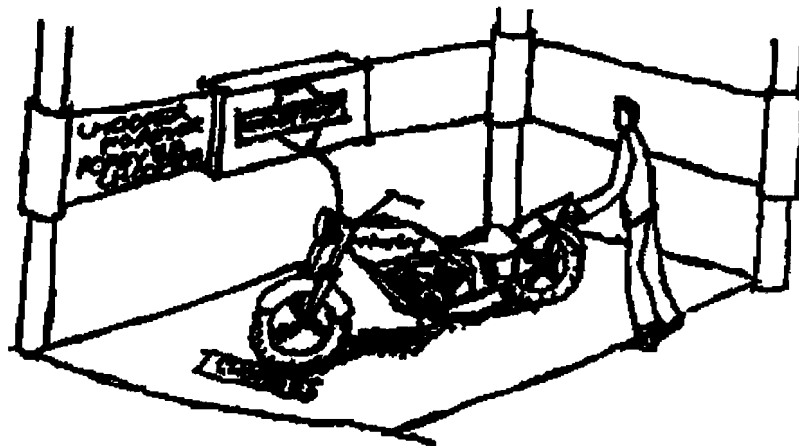


Gambar 2.14. Sistematika penyajian berdasarkan kronologi dan jenis

### B. Tata pameran menurut tata penyajiannya yaitu:

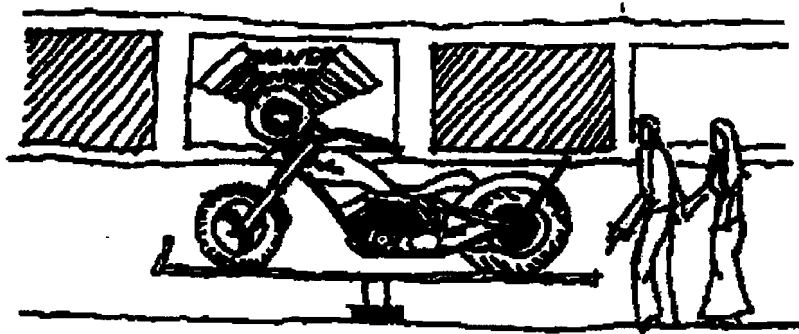
#### 1. Tata letak

- Diletakkan dalam keadaan biasa



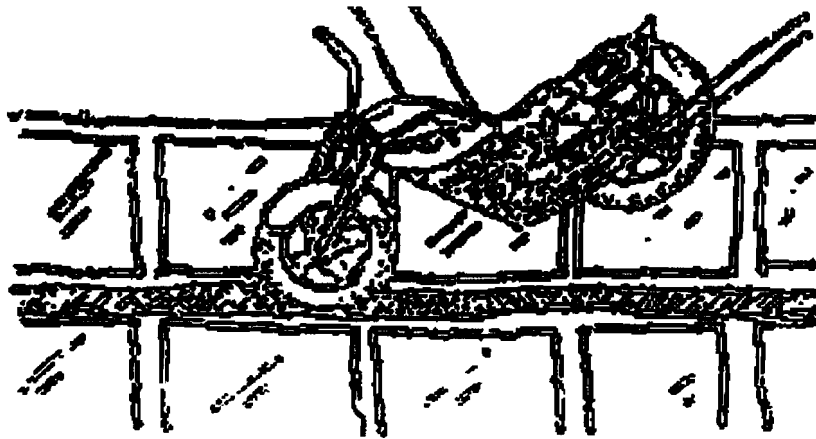
Gambar 2.15. Tata penyajian secara biasa

- Diletakkan diatas stage



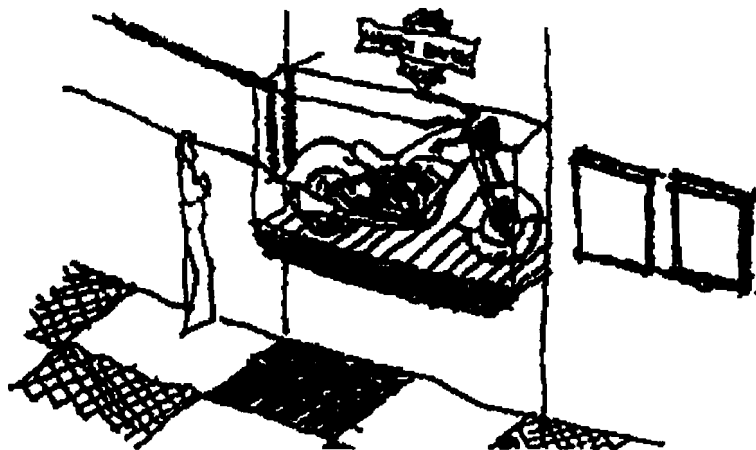
Gambar2.16. Tata penyajian diatas stage

- Diletakkan dengan cara digantung



Gambar 2.17. Tata penyajian digantung

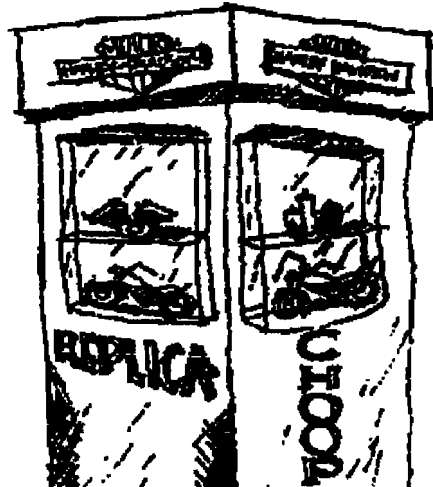
- Ditempel dalam sebuah dinding



Gambar 2.18. Tata penyajian ditempelkan didinding

## 2. Keadaan benda

- Asli, disajikan utuh maupun tidak utuh (orisinilitas)
- Replika, benda tiruan sesuai dengan benda aslinya
- Model, yang ditampilkan melalui media grafis (komputer, booklet)



Gambar 2.19. tata penyajian replika

## C. Cara penyajian obyek dapat disajikan dalam bentuk seperti:

### 1. Sistem ruang terbuka

- Dapat disajikan secara skala nyata atau replika
- Dalam bentuk kelompok, dalam satu grid atau sendiri-sendiri

### 2. Sistem ditempel pada dinding

- Obyek yang ditampilkan berupa 2 dimensi yang bisa berupa gambar.
- Obyek yang ditampilkan berupa 3 dimensi, misalnya motor yang ditempelkan atau digantung di dinding

### 3. Sistem teknologi grafis

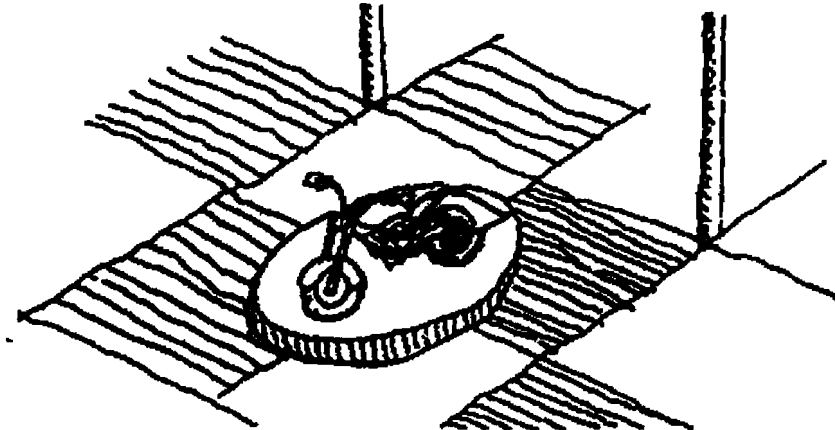
Dengan sistem yang dipertegas melalui media komputer, katalog dan lain-lain.

## D. Cara menonjolkan obyek pameran

Guna lebih memberikan kesan yang atraktif dan tidak monoton maka cara menghadirkan obyeknya dapat dilakukan sebagai berikut:

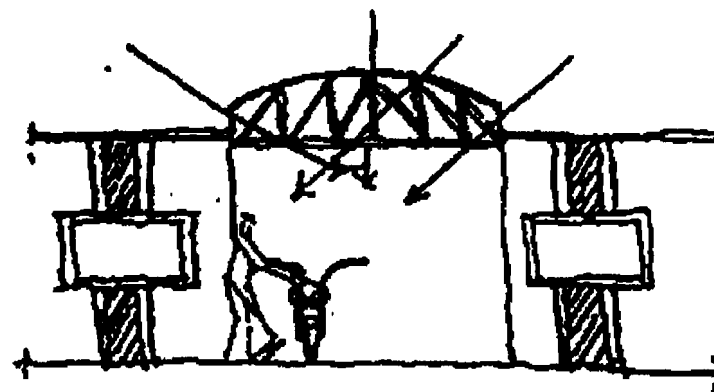
### 1. Aksentuasi pada lantai

Sistem tersebut disebut juga sistem panggung yang mempergunakan stage-stage untuk menghadirkan obyeknya.



Gambar 2.20. Aksentuasi pada lantai

## 2. Aksentuasi pada plafond



Gambar 2.21. Aksentuasi pada plafond

Dengan cara menurunkan atau meninggikan plafond akan menimbulkan kesan yang berbeda-beda terhadap obyeknya, dibantu dengan pencahayaan yang baik, maka penonjolan obyek yang dimaksudkan akan berhasil.

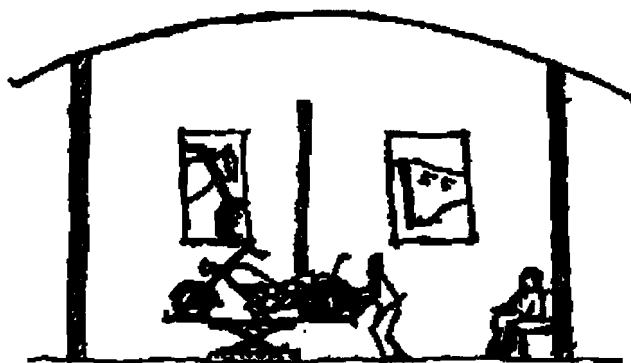
## Bengkel

Hubungan pemilik dan motor yang sangat erat menjadikan acuan untuk mendesain bengkelnya nanti. Bagaimana kita mendesain bengkel dengan memadukan dua kegiatan dalam satu ruang. Kegiatan tersebut adalah kegiatan

perbengkelan atau reparasi dengan kegiatan pemilik motor yang akan selalu berada didekat area perbengkelan. Desain bengkel tersebut diharapkan nantinya dapat menghasilkan perpaduan kedua kegiatan yang saling mendukung, sehingga kegiatan perbengkelan dapat berjalan dengan lancar.

Adapun alternatif-alternatif yang akan diambil dalam pengaturan ruang bengkel atau workshop adalah sebagai berikut:

1. Dengan membuat ruang tunggu yang berdekatan dengan ruang workshop, sehingga pemilik dapat langsung mengamati kendaraannya yang lagi dikerjakan
2. Dengan menyediakan dua ruang tunggu, yaitu ruang tunggu yang tertutup dan ruang tunggu yang terbuka



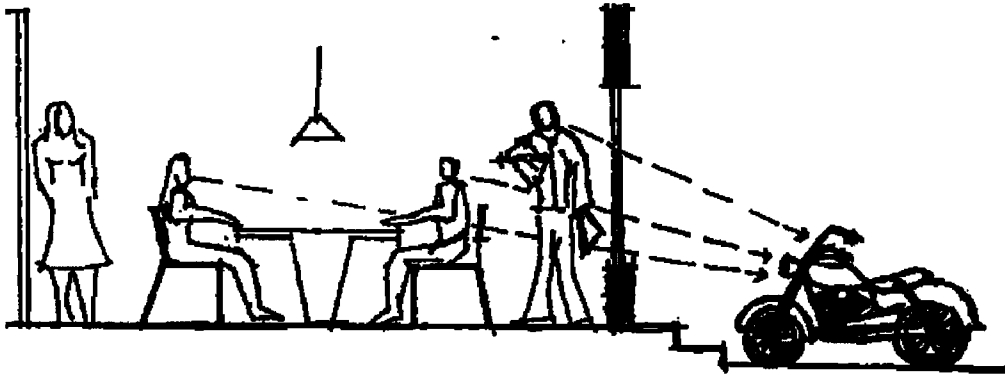
Gambar 2.22. Ruang workshop bengkel

### Club dan Kafe

Kafe Harley Davidson nantinya tidak hanya menampung pengunjung dari kalangan biker Harley atau biker lainya (moge, dan motor antik) saja, tapi juga kafe tersebut mempersilahkan bagi pengunjung umum untuk ikut menikmati suasana kafe tersebut. Dalam perencanaan kafe tersebut, harus dapat mewadahi semua pengunjung yang datang dengan latar belakang yang berbeda-beda

Untuk kafe ini juga dirancang agar para biker dapat merasa dekat dengan motornya yaitu dengan kaca-kaca sebagai sekat pembatas yang tembus pandang sehingga dapat melihat dari dalam ke luar ruangan kafe atau sebaliknya. Dan bagi para biker yang tidak ingin berada didalam kafe diberikan tempat duduk diluar berupa teras sehingga dapat memesan makanan dan minuman sambil nongkrong diluar dekat dengan motornya. Kafe ini diharapkan

dapat menyajikan suasana yang memang di inginkan oleh para biker Herley Davidson.



Gambar 2.23. Karakter ruang kafe

## 2.6. Tinjauan Lokasi dan Site

Lokasi dan site untuk showroom Harley davidson terpilih terletak diwilayah Ringroad selatan. Adapun pertimbangan dalam menentukan pemilihan lokasi dan site yang dianggap tepat adalah sebagai berikut :

1. Lokasi dan site dapat dengan mudah diakses oleh umum, dengan kata lain lokasi dan site dapat dicapai dengan mudah dari manapun, memiliki jaringan jalan yang lebar.
2. Lokasi dan site terletak didaerah yang memiliki kepadatan yang sedang dan terletak diluar kota dengan maksud untuk menghindari terjadinya konsentrasi kepadatan yang mungkin akan menambah kemacetan lalulintas didalam kota.
3. Memiliki kelengkapan sarana dan prasarana utilitas seperti telepon, listrik, air bersih, jaringan air kotor.
4. Kecukupan lahan

Adapun site yang dipilih terletak di perempatan antara jalan parangtritis dan jalan ring road selatan.



Gambar 2.24. Lokasi site

## 2.7. Penampilan Bangunan Showroom

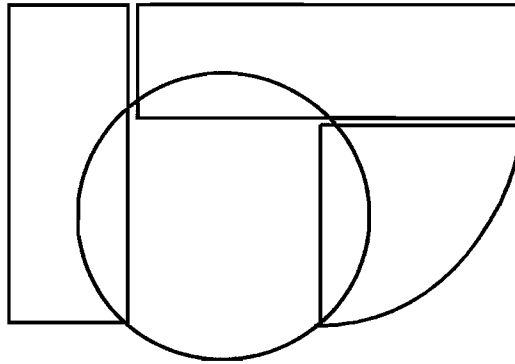
Showroom Harley Davidson sebagai bangunan yang memiliki nilai komersial dan berorientasi pada keuntungan. Maka penampilan bangunan harus dapat mencerminkan citra dari karakter motor Harley Davidson dan karakter kegiatan biker Harley Davidson itu sendiri. Sehingga diharapkan bentuk penampilan bangunan showroom nantinya dapat mewakili karakter-karakter yang ada didalam Harley Davidson baik itu secara fungsional maupun secara simbolis. Adapun karakter-karakter Harley Davidson (motor, kegiatan biker) secara simbolis adalah sebagai berikut :

### 1. Karakter motor Harley Davidson

Karakter-karakter dari motor Harley Davidson yang diambil untuk dijadikan simbol dalam penampilan bangunan showroom adalah karakter bentuk.

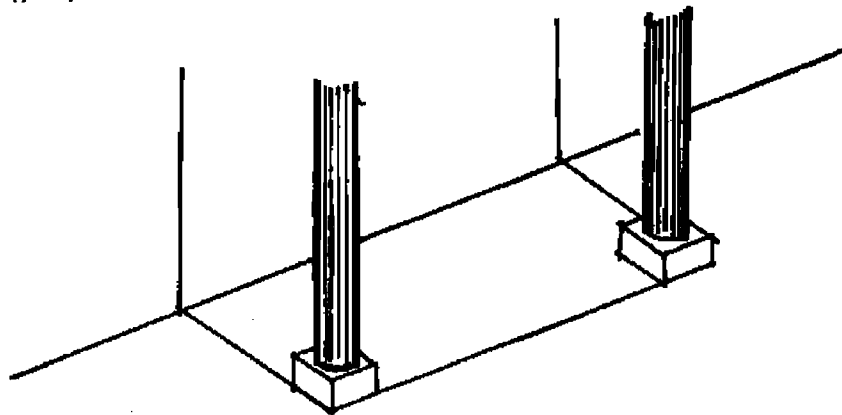
**Bentuk** bodi motor Harley Davidson didominasi dengan bentuk lengkung yang oval dan bentuk ban yang lingkaran, dalam penataan massanya nanti terdapat penggabungan antara bentuk lingkaran, bentuk lengkung dan bentuk kotak atau persegi panjang.





Gambar 2.25. Penataan massa

**Bentuk** motor Harley Davidson sarat menampilkan kesan yang kokoh dan gagah, hal ini terlihat dari bentuk bodi yang besar, penggunaan ban yang besar dan kecepatan motor yang tinggi. Sehingga penampilan bangunan nantinya menampilkan kesan yang kokoh dan gagah, dengan menampilkan penonjolan pada kolom, balok, dengan memperbesar dimensinya, dan sebagainya.



Gambar 2.26. Penampilan kesan gagah

## 2. Karakter kegiatan biker Harley Davidson

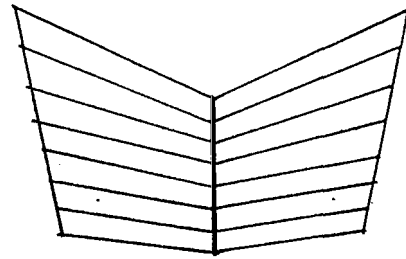
Bentuk kegiatan biker Harley Davidson sangat bermacam-macam, tetapi kegiatan yang dianggap paling diminati dan paling menonjol adalah kegiatan touring. Kegiatan touring adalah kegiatan untuk mengadakan suatu perjalanan (keliling) kesuatu lokasi yang telah ditetapkan. Adapun alasan kenapa para biker suka mengadakan touring adalah karena ingin mencari

### 3. Karakter logo Harley Davidson

Logo Harley Davidson ditransformasikan dalam penampilan bentuk atap bangunan showroom Harley Davidson.



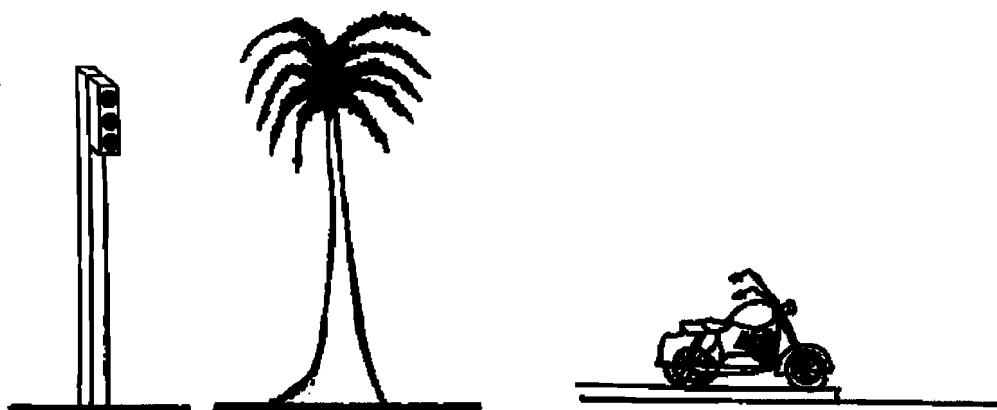
SAYAP.  
BURUNG  
→



Gambar2.28. Tranpormasi logo

suasana baru yang belum mereka lihat atau ketahui, ingin menghilangkan kepenatan setelah sibuk dengan pekerjaan masing-masing, karena memang mereka hobi dengan petualangan. Inti dari karakter touring tersebut adalah karakter jalanan.

Karakter *jalanan* yang dimaksud disini adalah jalan raya yang terdapat jalan lurus, belok-belok, jalan naik dan turun, ada tempat pemberhentian seperti traffic-light dan tempat persingahan sementara. Dalam hal ini karakter kegiatan biker tersebut akan ditransformasikan kedalam ruang showroom, sehingga nantinya diharapkan ruang showroom tersebut terdapat suatu alur pengarah seperti jalan (dalam hal ini alur pengarah dapat berupa permainan lantai sebagai penunjuk jalan), dan terdapat suatu tempat berhenti atau persingahan sementara (seperti kafe atau tempat santai sebelum melihat-lihat lagi, sehingga disini ruang kafe dan ruang showroom letaknya berdekatan dan berhubungan langsung).

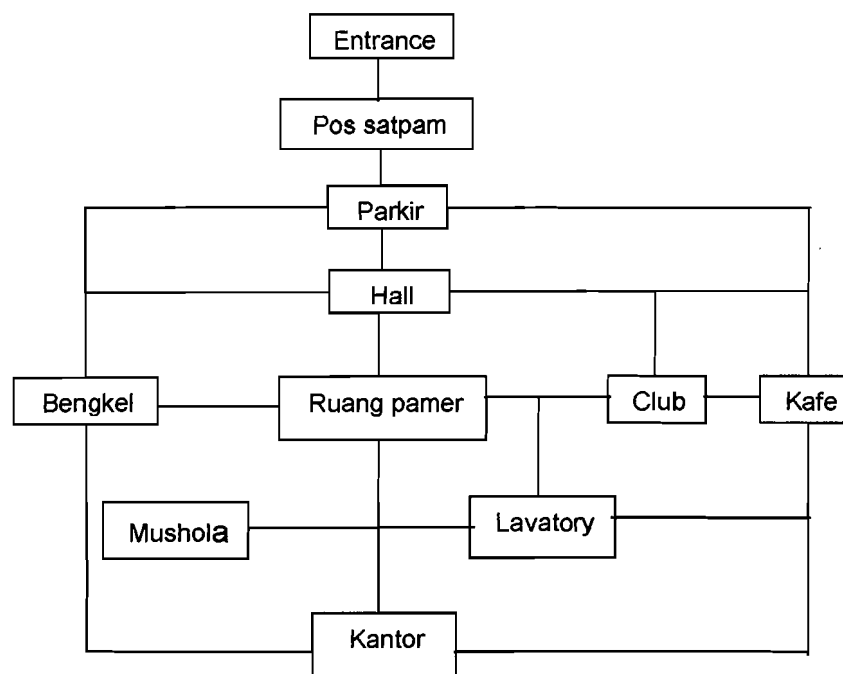


Gambar 2.27. Karakter jalanan

## BAB III

### SCHEMATIC DESIGN

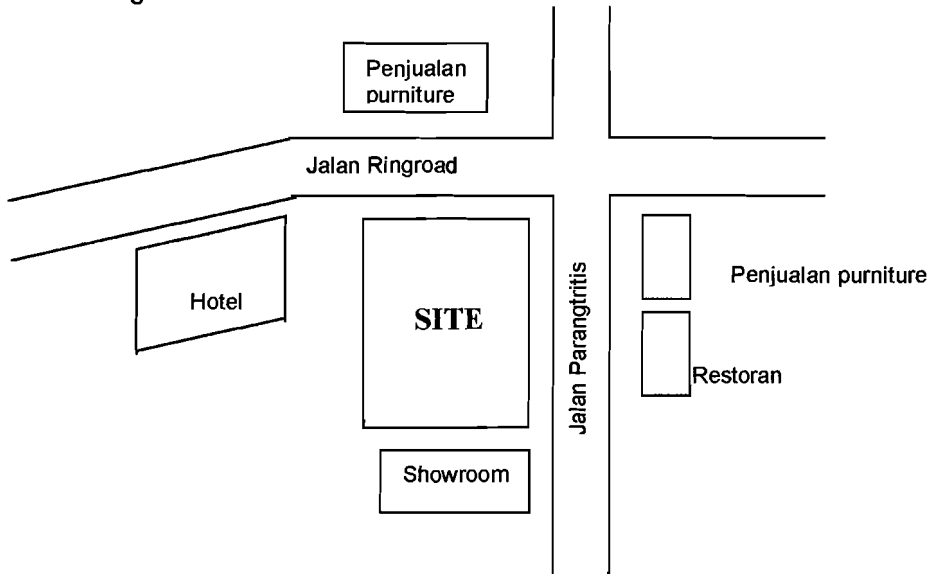
#### 3.1. Pola Organisasi Ruang



Gambar 3.1. Skema organisasi ruang

### 3.2. Analisa Site

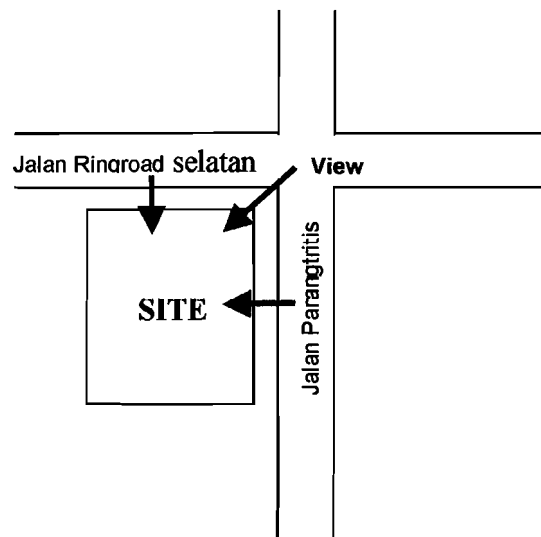
Site terletak di perempatan jalan ringroad selatan dan jalan parangtritis, dengan luas site 7104 m<sup>2</sup>.



Gambar 3.2. Lokasi dan site

#### Analisa View

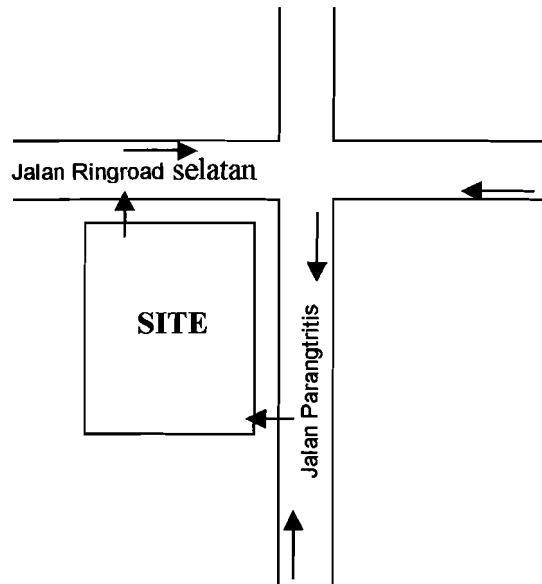
View ke site terdapat dari dua arah yaitu jalan parangtritis dan ringroad selatan, sehingga fasad bangunan dapat ditampilkan dari dua arah view tersebut.



Gambar 3.3. View site

### Analisa sirkulasi dan pencapaian

Sirkulasi dan pencapaian ke site dapat dicapai melalui dua arah yaitu dari jalan parangtritis dan jalan ringroad selatan. Untuk sirkulasi pengunjung diarahkan pencapaiannya melalui jalan parangtritis, untuk sirkulasi barang dan orang kantor pencapaiannya melalui jalan ringroad selatan. Sehingga dapat menghindari terjadinya crossing antara satu sama yang lainnya.



Gambar 3.4. Sirkulasi dan pencapaian

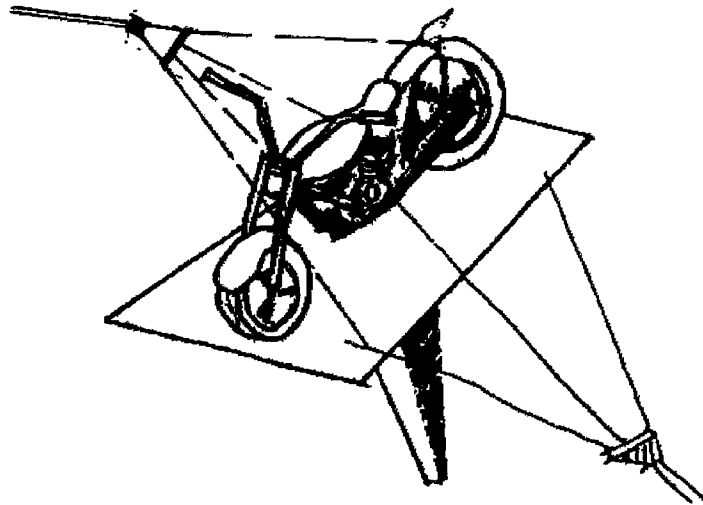
### 3.3. Analisa Pencahayaan

Berdasarkan jenis pencahayaannya, terdiri atas sebagai berikut:

1. Pencahayaan umum (general lighting)
2. Pencahayaan setempat
3. Pencahayaan tambahan
4. Pencahayaan gabungan (pencahayaan umum dan setempat)

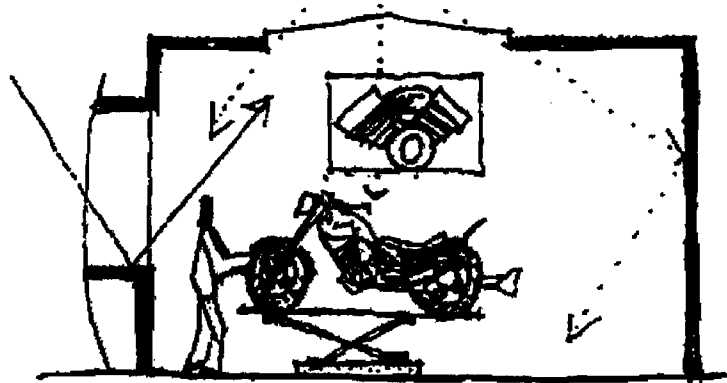
Berdasarkan jenis pencahayaan diatas, maka pencahayaan pada showroom Harley Davidson disesuaikan dengan karakter dari masing-masing ruang sehingga didapatkan hasil yang lebih maksimal. Dalam hal ini dapat diambil contoh seperti:

Ruang pameran, ruang boutique dan ruang kafe , menggunakan pencahayaan gabungan antara pencahayaan setempat dan pencahayaan tambahan.



Gambar 3.5. Pencahayaan ruang pameran

Ruang bengkel, Menggunakan pencahayaan setempat saja.

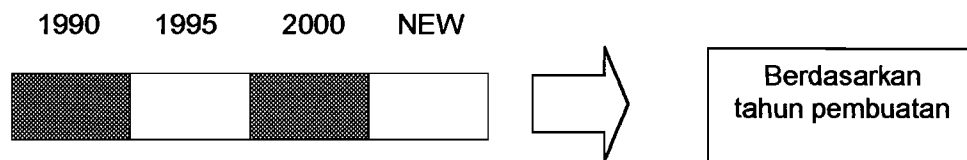


Gambar 3.6. Pencahayaan ruang bengkel

### 3.4. Analisa Tata Display

Ada beberapa langkah yang akan diambil dalam penataan ruang pameran, antara lain:

1. Tata pameran menurut sistematika penyajian



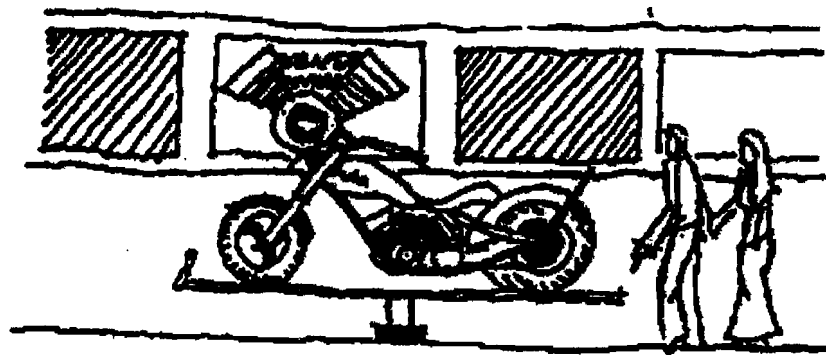
Gambar 3.7. Sistematika penyajian

Dalam hal ini tata penyajiannya berdasarkan urutan waktu tahun pembuatan. Adapun alasannya adalah alur yang jelas serta memberikan kemudahan bagi para pengunjung.

2. Tata pameran menurut tata penyajiannya

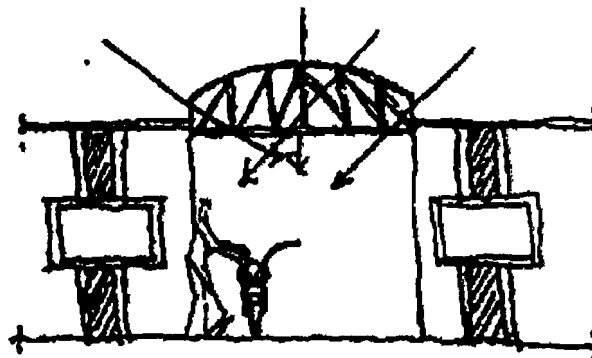
- Diletakkan dalam keadaan biasa
- Diletakkan diatas stage
- Diletakkan dengan cara digantung
- Ditempatkan dalam sebuah dinding

Disini tata penyajian yang digunakan adalah dengan meletakkannya diatas stage, hal ini digunakan untuk menonjolkan obyek pameran sehingga dapat menarik perhatian para pengunjung.



Gambar 3.8. diatas stage

Selain itu cara menonjolkan obyek pameran dengan cara meninggikan plafond maka ruangan terkesan luas, serta ditambah dengan pencahayaan yang baik maka penonjolan obyek pameran dapat maksimal.

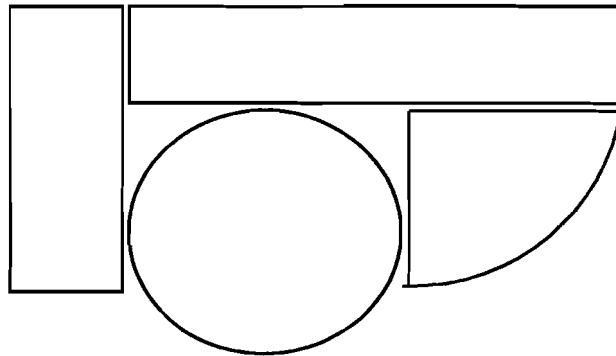


Gambar3.9. Peninggian plafond



### 3.5. Konsep Gubahan Massa

Showroom Harley Davidson dalam gubahan masanya mengambil dari pengabungan Konsep karakter dari motor Harley yang memiliki bentuk lengkung, ban motor yang berbentuk lingkaran dan bentuk kotak atau persegi panjang. Konsep gubahan massanya adalah memusat yang digabungkan dengan grid, Showroom sebagai pusat kegiatan dengan ditunjang dengan kegiatan pendukung disekeliling seperti bengkel, kafe dan kantor.

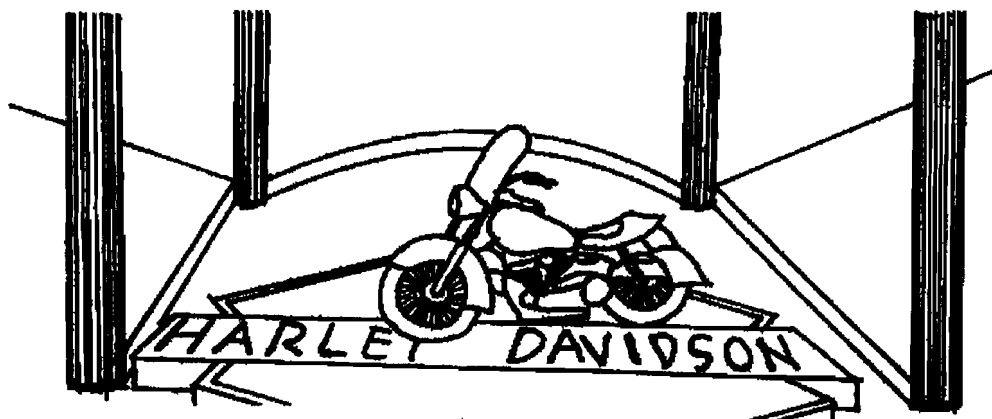


Gambar 3.10. Konsep gubahan massa

### 3.6. Konsep Penampilan Bangunan

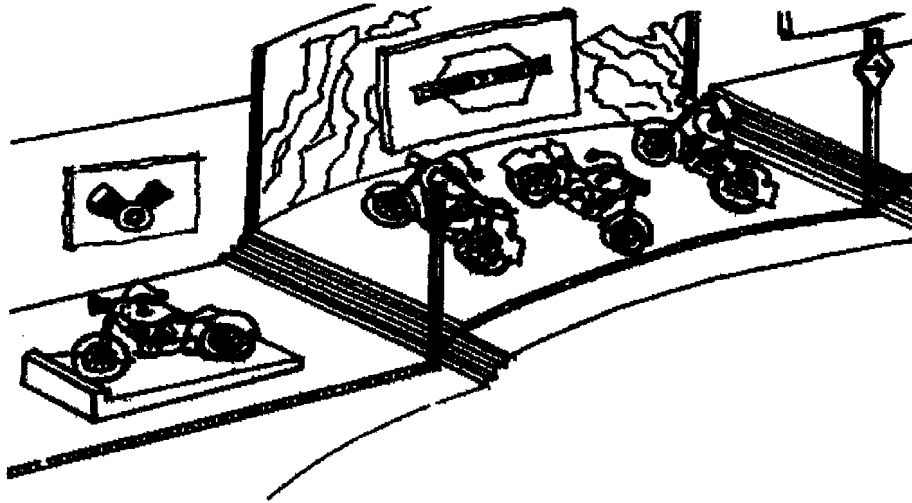
Konsep citra bangunan yang akan ditampilkan pada bangunan adalah :

**Bentuk** motor Harley Davidson sarat menampilkan kesan yang kokoh dan gagah, hal ini terlihat dari penonjolan pada kolom, balok, dengan memperbesar dimensinya.



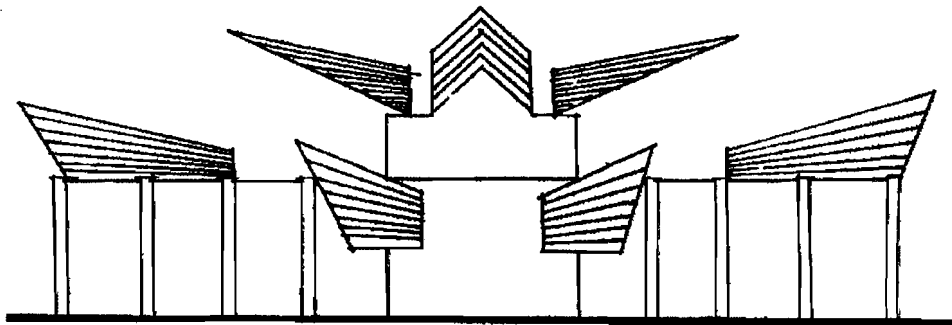
Gambar 3.11. Konsep karakter gagah

Karakter *jalan* akan ditransformasikan kedalam ruang showroom, sehingga nantinya diharapkan ruang showroom tersebut terdapat suatu alur pengarah seperti jalan, pengaturan sepeda motornya seperti tempat parkir atau pengaturan sepeda motor seperti kendaraan yang sedang konvoi dijalanan, traffic-light yang digunakan sebagai pencahayaan tambahan, terdapat pepohonan.



Gambar 3.12. Konsep karakter touring

*Logo* Harley Davidson yang digunakan sebagai simbol adalah bentuk lambang burung yang sedang mengepakkan sayap sambil merangkul logonya. Symbol logo ini ditransformasikan dalam penampilan bentuk atap bangunan showroom Harley Davidson.



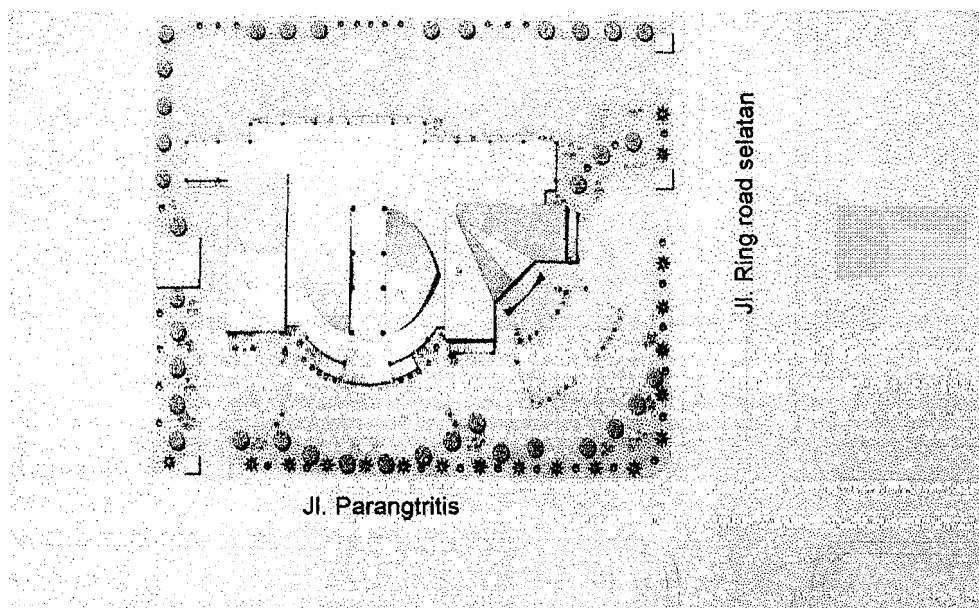
Gambar 3.13. Konsep karakter logo

## BAB IV

# LAPORAN PERANCANGAN

### 4.1. TINJAUAN UMUM PROYEK

Proyek tugas akhir ini adalah proyek perencanaan Show room Haerley Davidson di Jogjakarta, dengan penekanan “karakter kegiatan Harley Davidon yang menjadi pembentuk citra pada bangunan show room Harley Davidson”. Proyek berlokasi di perempatan jalan Parang tritis dan jalan Ring road selatan.



Gambar 4.1. Lokasi site showroom Harley Davidson

#### 4.1.1. Spesifikasi Teknis

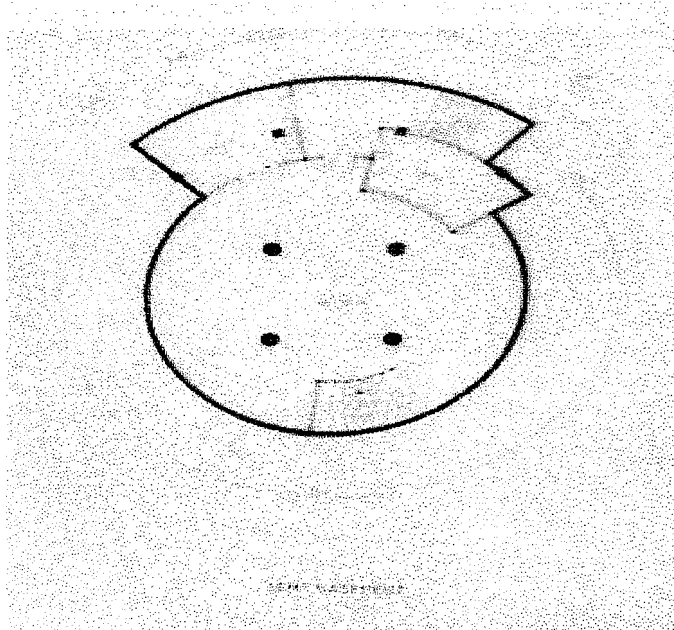
a. Jumlah lantai

Bangunan terdiri dari satu lantai dengan satu basement

b. Luas lahan dan masing-masing lantai

Luas site  $\pm 7104 \text{ m}^2$ , dengan luas masing-masing lantai sebagai berikut:

## 1. Semi basement



Gambar 4.2. Denah semi basement

Lantai semi basement memiliki ruang-ruang antara lain:

Tabel 4.1. Besaran ruang semi basement

No	Jenis ruang	Besaran ruang
1	R. boutique (Asesoris, merchandise)	213
2	R. kasir	6
3	R. kamar pas	6
4	R. gudang	35
5	R. kantor	35
<b>Total</b>		<b>295 m<sup>2</sup></b>

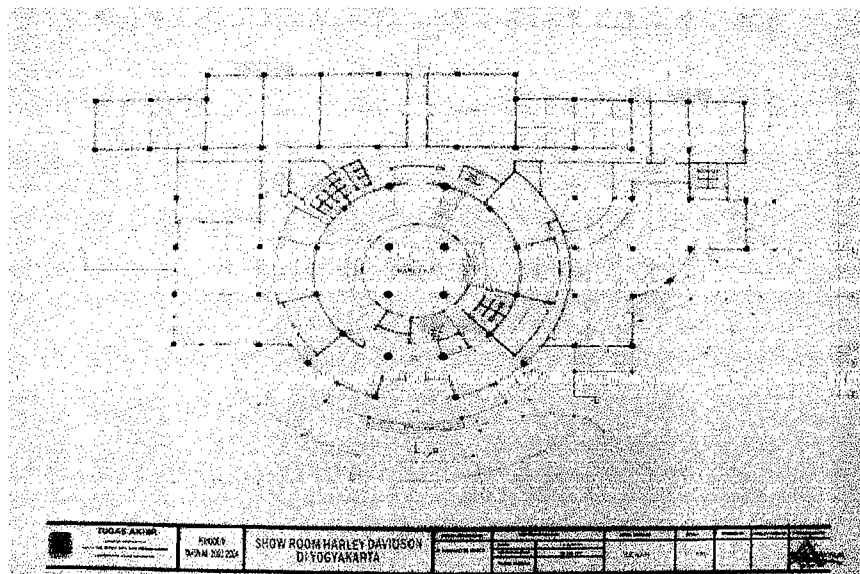
## 2. Lantai 01

Lantai 01, memiliki ruang-ruang antara lain :

Tabel 4.1. Besaran ruang lantai 01

No	Jenis ruang	Besaran ruang
1	R. hall	83
2	R. frontdesk	6
3	R. showroom( ruang pameran)	275

4	R. transaksi	8
5	R. gudang pameran	54
6	R. kantor showroom	81
7	R. teras	66
8	R. workshop bengkel	135
9	R. workshop modifikasi	65
10	R. penjualan spare-part	28
11	Ruang tunggu	24
12	R. mekanik	12
13	R. gudang bengkel	54
14	R. kantor bengkel	72
15	R. kafe (restoran dan bar)	226
16	R. Dapur dan dapur saji	56
17	R. gudang kafe	48
18	R.kantor kafe	72
19	R. teras	51
20	R. pengurus klub	24
21	R. perpustakaan	28
22	R. audio visual	35
23	R. kantor pimpinan	81
24	R. Musholla	72
25	R. Lavatory	72
26	R.satpam	16
27	R. elektrik dan cleaning servis	16
28	R. genset	36
<b>Total</b>		<b>1796 m<sup>2</sup></b>



Gambar 4.3. Denah lantai 1

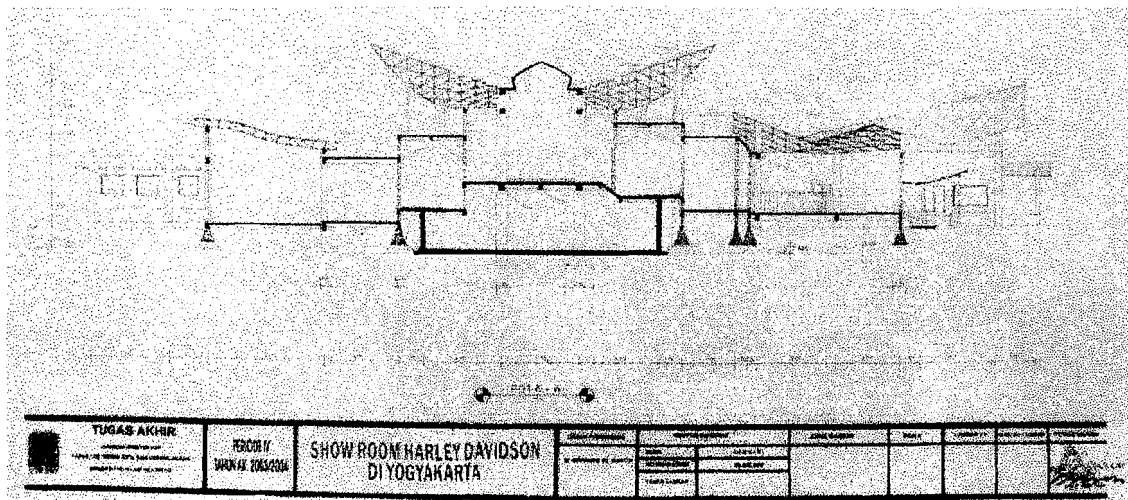
Total jumlah luas lantai keseluruhan:  $\pm 2090 \text{ m}^2$

c. Ketinggian bangunan

Ketinggian bangunan rata-rata sama  $\pm 5m$  , kecuali untuk showroom ketinggian antara  $\pm 5.5m - 7 m$ .

d. Sistem struktur

Daya dukung tanah yang baik sehingga pondasi yang dipergunakan adalah footplat dan pondasi menerus, sloof beton bertulang, semi basement menggunakan plat beton. Dan sebagian menggunakan struktur baja dengan bahan penutup atap Dinding pengisi didominasi kaca dan pasangan batu bata.



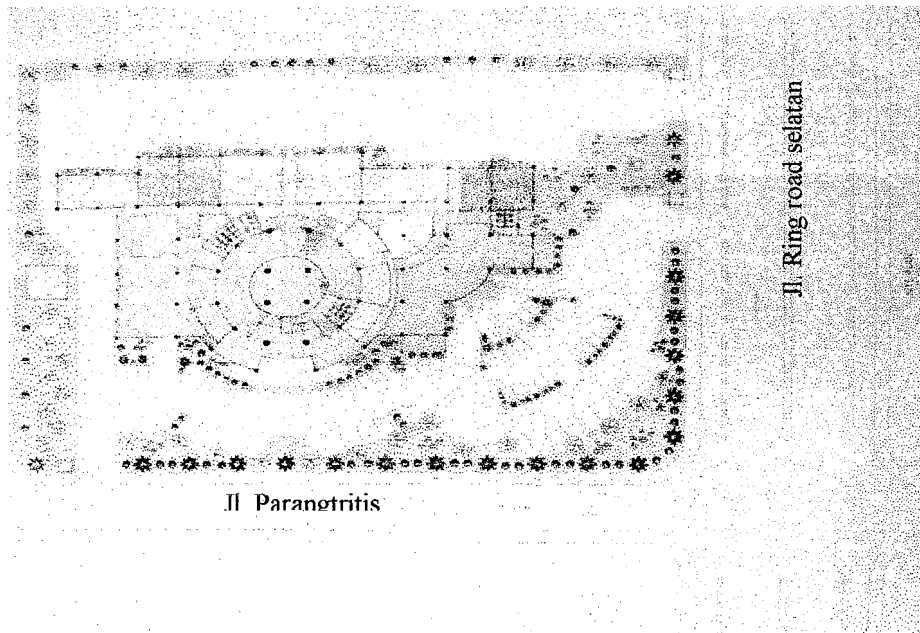
Gambar 4.4. Potongan podasi dan balok

## 4.2. TRANSFORMASI KONSEP DESAIN

Transformasi konsep desain pada perancangan Showroom Harley Davidson di Jogjakarta, meliputi :

### 4.2.1. Transformasi Konsep Desain Site

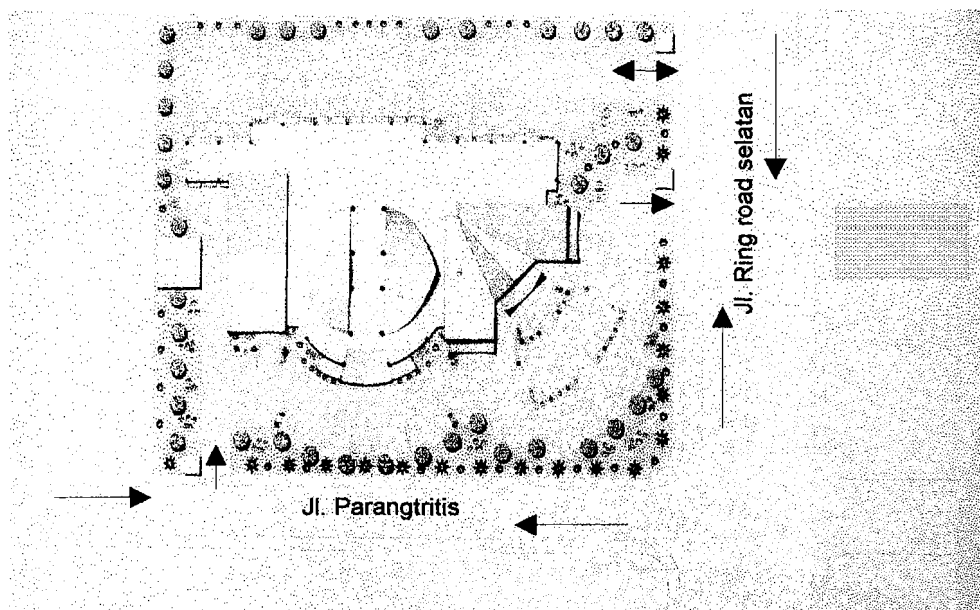
Konsep desain site ditransformasikan pada perletakan bangunan Showroom Harley Davidson beserta bangunan-bangunan pendukungnya diatas lahan yang tersedia. Site di jalan ringroad selatan dengan tingkat kepadatan yang sedang dengan maksud mengurangi konflik sirkulasi didalam kota.



Gambar 4.5. Site showroom

#### 4.2.1.1. Sirkulasi dan Pencapaian

Jalan ring road adalah jalan lingkaran yang melingkari kota Jogja dengan tujuan agar sirkulasi kota dapat dikurang kepadatannya. Jalan tersebut juga sering dilewati kendaraan dari luar kota yang akan masuk dan keluar kota Jogja.

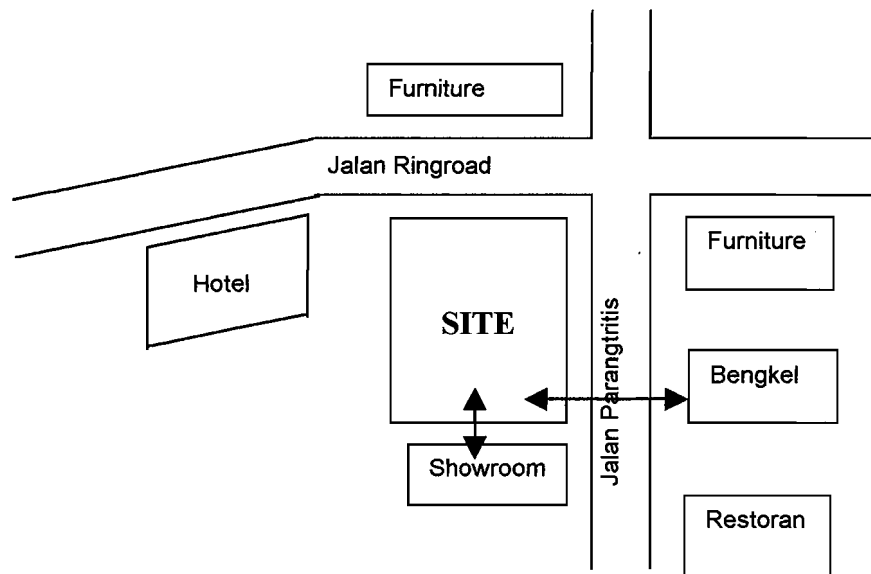


Gambar 4.6. Sirkulasi dan pencapaian

Jalan parangtritis merupakan jalur penghubung dari selatan yang mau ke kota dan jalan tersebut cukup sibuk. Untuk pencapaian ke site dari dua jalan tersebut. Untuk jalan parangtritis merupakan pintu masuk utama untuk para pengunjung, sedangkan pada jalan ringroad merupakan pintu masuk untuk karyawan dan mobil barang yang mengangkut perlengkapan showroom.

#### 4.2.1.2. Tata Letak Bangunan

Tata letak bangunan mengikuti bentuk konseptual site bengan kecenderungan bentuk asimetris. Showroom sebagai pusat kegiatan diletakkan ditengah dan kegiatan penunjang seperti bengkel dan kafe mengitarinya. Untuk bengkel diletakkan bersebelahan dengan showroom Honda dan berhadapan dengan bengkel lainnya karena kesamaan kegiatan sedangkan kafe di tempatkan menghadap persimpangan jalan yang memiliki view yang baik untuk menarik pengunjung.



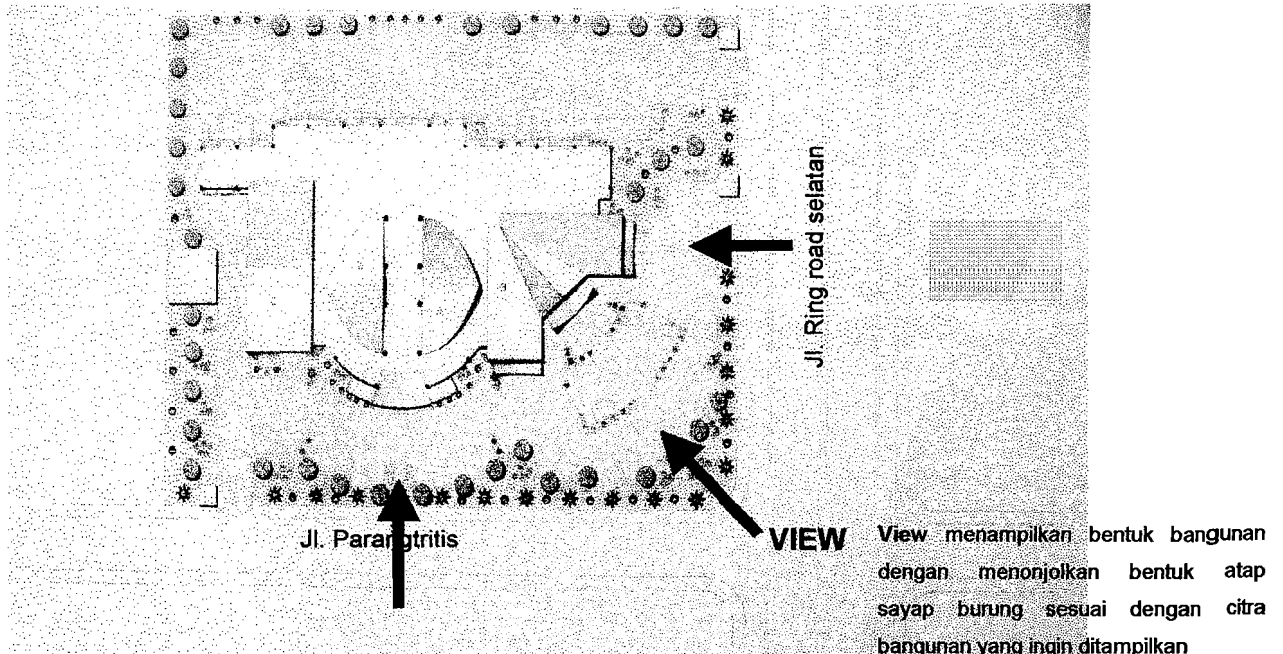
Gambar 4.7. Tata letak bangunan





#### 4.2.1.3. View ke Site

View ke site dari tiga arah, sebelah barat terdapat jalan parang tritis, sebelah selatan terdapat jalan ringroad dan perempatan jalan parangtritis dan jalan rungroad. Sehingga diasumsikan akan dapat menarik pengunjung untuk datang ke showroom tersebut.



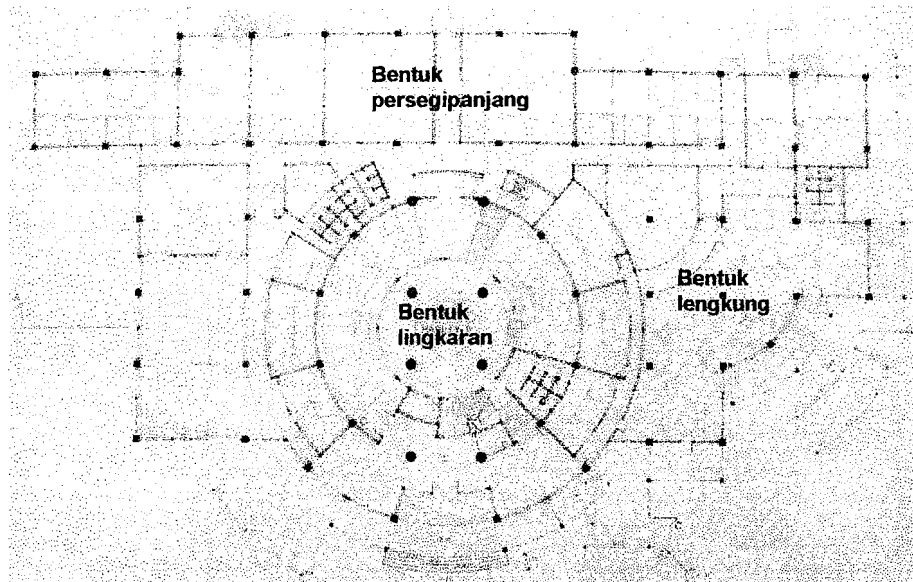
Gambar 4.8. View ke site

## 4.2.2. Transpormasi Konsep Desain Bangunan

### 4.2.2.1. Citra Motor Harley Davidson

#### a. Citra bentuk

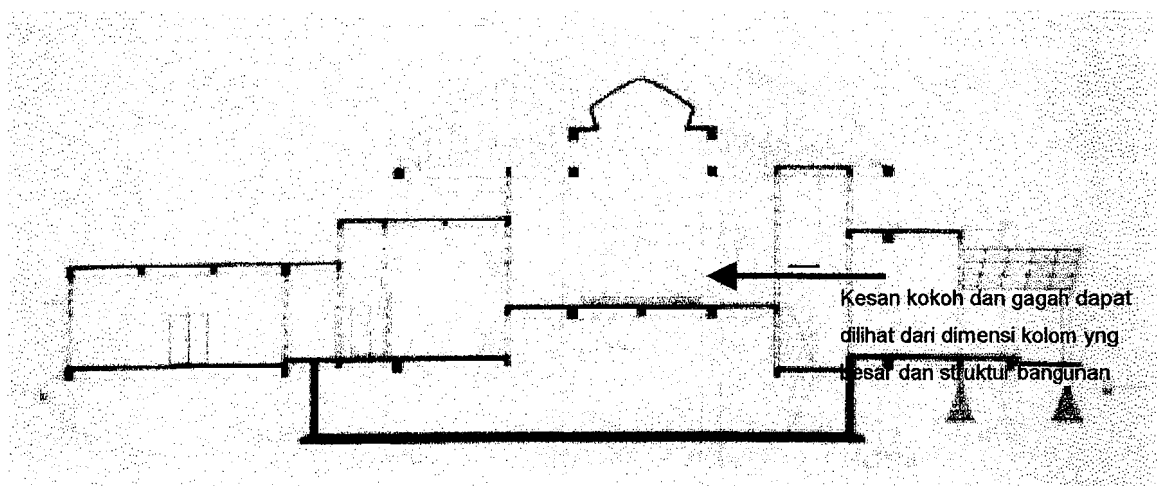
Bentuk motor Harley Davidson sangat dominan dengan bentuk lengkung, lingkaran dan persegi panjang. Kesan memusat dan grid ditampilkan pada denah tersebut, bentuk lingkaran ditampilkan pada bentuk ruang pameran. Bentuk lingkaran menampilkan kesan luas dan pandangan dapat menjangkau keseluruhan ruang, bentuk ini juga menampilkan kesan ruang yang tidak kaku.

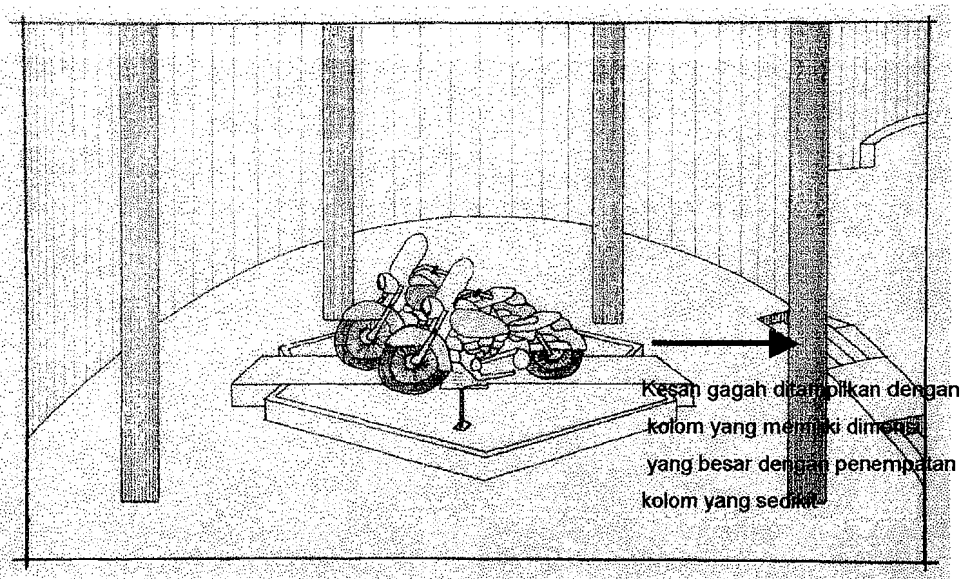


Gambar 4.9. Konsep bentuk

b. Citra kokoh dan gagah

Motor Harley sangat terkesan gagah baik dari bentuknya yang besar maupun dari suaranya yang menggelegar, serta kesan gagah juga ditunjang dari asesoris-asesoris yang melengkapi motor tersebut. Kesan kokoh dan gagah ditampilkan pada bentuk kolom yang dimensinya besar dan menonjol dengan letak yang ditengah-tengah ruang. Kesan ini juga didukung dengan tingginya jarak antara lantai dan plafon. Hal ini terlihat pada ruang pameran utama N.0.

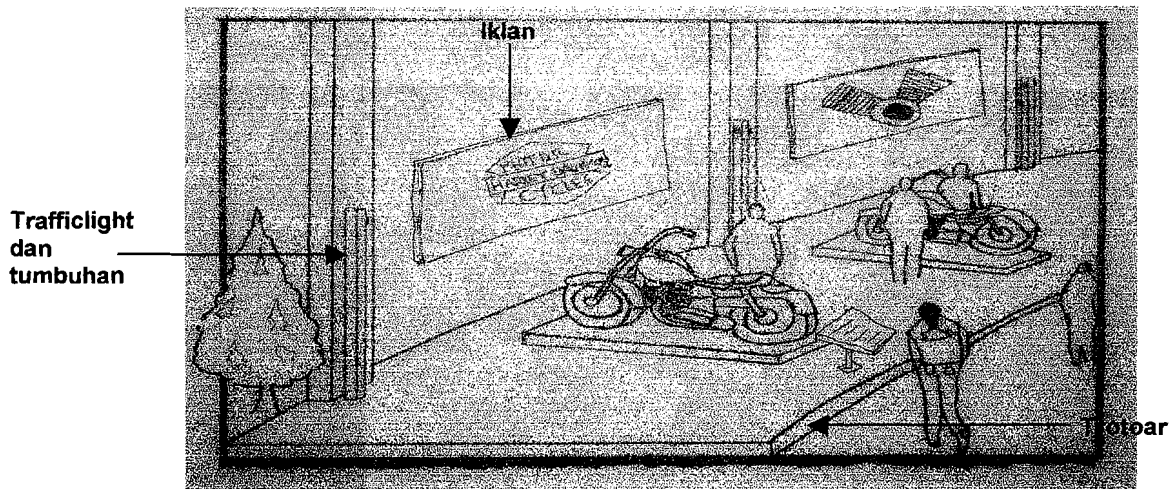




Gambar 4.10. Konsep gagah dan kokoh

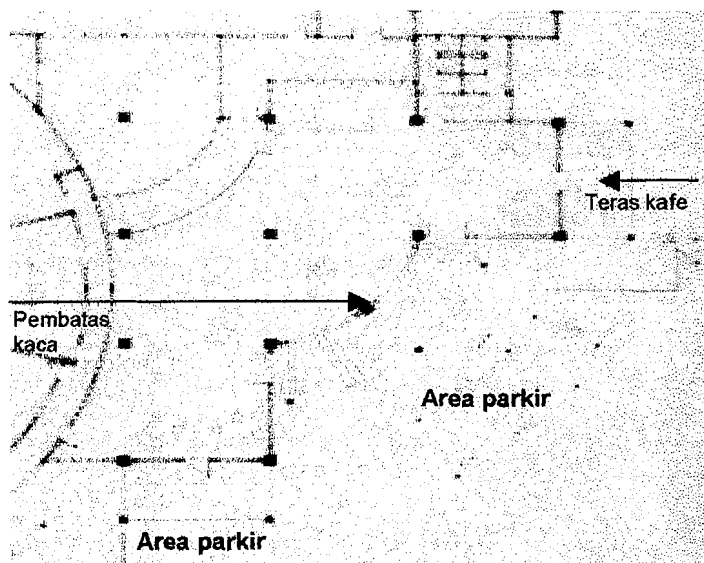
#### 4.2.2.2. Citra Kegiatan Biker Harley Havidson

Bentuk kegiatan biker Harley Davidson bermacam-macam, untuk kegiatan yang dianggap paling diminati oleh para biker adalah kegiatan touring. Kegiatan touring sangat identik dengan jalanan. Jalanan yang dimaksud disini adalah jalan raya dengan segala atribut yang ada didalamnya seperti jalan dengan trotoar sebagai tempat parkir motor yang ditraspormasikan penataan pameran motor yang berjajar, reklame atau iklan jalan ditraspormasikan kedalam bentuk hiasan dinding berupa logo dan gambar-gambar mengenai motor Harley, tumbuhan sebagai penyejuk ruangan, traffic light digunakan sebagai sarana tempat lampu sorot untuk memfokuskan obyek pameran.



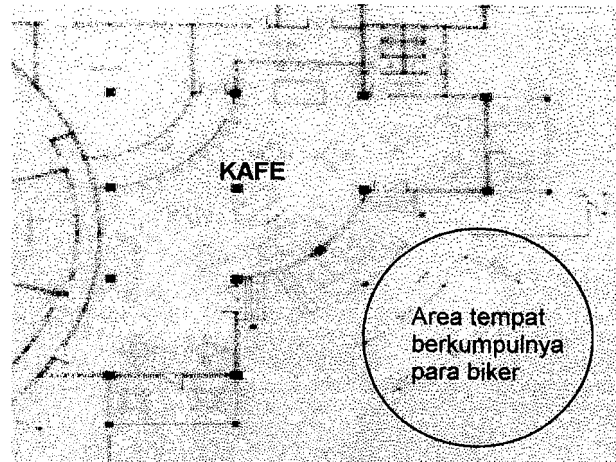
Gambar 4.11. Konsep touring atau jalanan

Pada ruangan kafe bangunannya dibatasi dengan kaca sehingga para biker dapat melihat motornya sambil berada dikafe, selain itu terdapat teras-teras diluar ruangan yang digunakan sebagai tempat nongkrong sehingga para biker dapat berhubungan langsung dengan motornya.



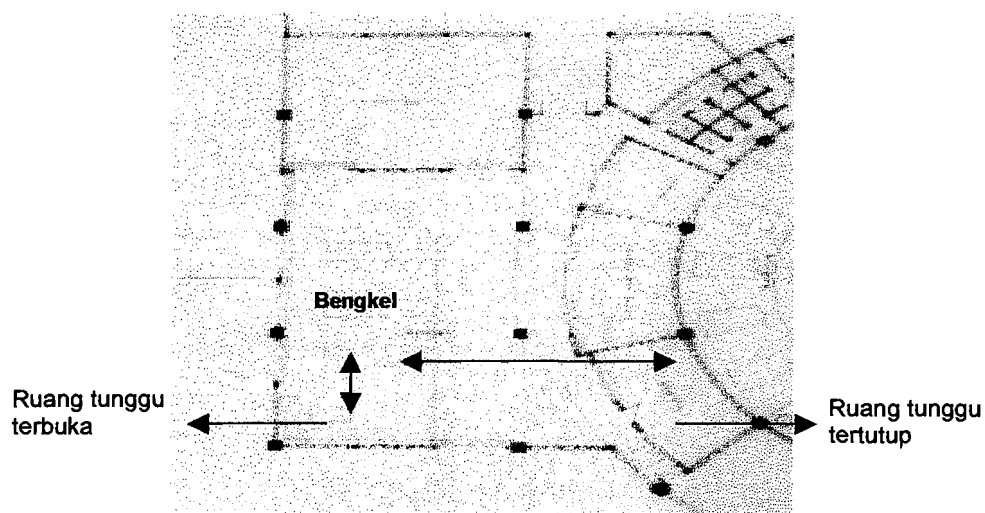
Gambar 4.12. Ruang kafe

Kafe sebagai tempat bertemu dan berkumpulnya para biker, baik itu hanya kumpul-kumpul biasa atau kumpul untuk menyelenggarakan suatu even seperti untuk mengadakan perjalanan atau touring ke suatu daerah. Sehingga kafe membutuhkan suatu ruang yang cukup luas terutama Ruang luarnya untuk menampung para biker berkumpul sebelum megadakan touring. Untuk itu ruang luar kafe selain dimanfaatkan sebagai tempat parkir juga dimanfaatkan sebagai tempat untuk berkumpul para biker, tempat berkumpul tersebut dapat berupa plaza.



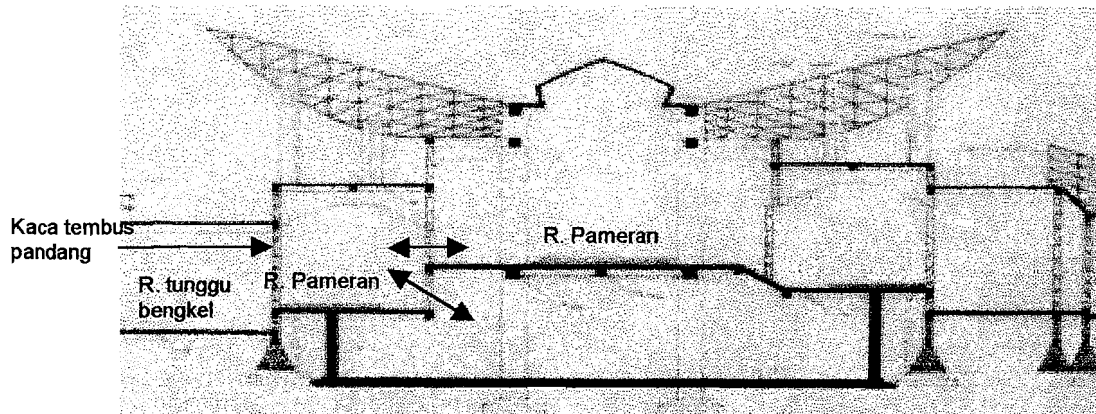
Gambar 4.13. Ruang luar kafe

Pada bangunan bengkel terdapat ruang tunggu yang berdekatan dengan ruang workshop, disini terdapat ruang tunggu tertutup dan ruang tunggu terbuka adapun maksudnya agar para biker dapat pula berinteraksi dengan ruang workshop sehingga kedekatan yang diinginkan dapat terwujud.



Gambar 4.14. Ruang bengkel

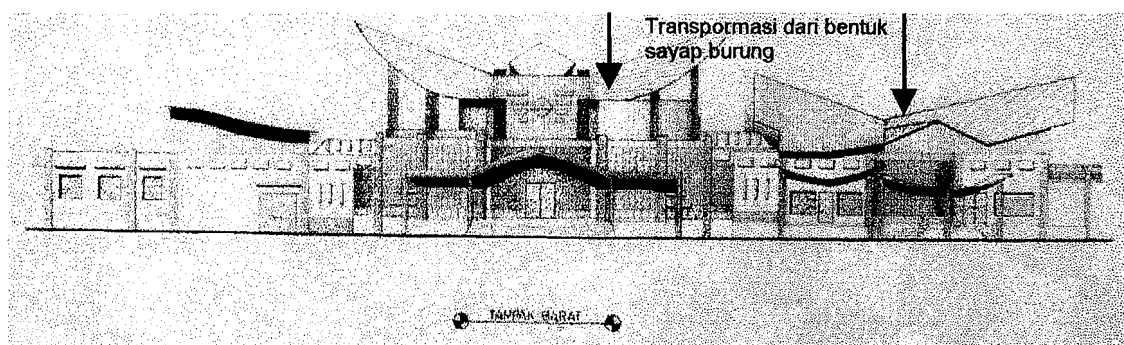
Ruang tunggu bengkel merupakan ruang penghubung tidak langsung antara ruang bengkel dan ruang pameran. Dalam hal ini antara ruang tunggu bengkel dan ruang pameran diberi pembatas kaca yang tembus pandang sehingga para biker yang sedang menunggu motornya dibengkel dapat pula menyaksikan sebahagian pameran tanpa harus meninggalkan motornya yang sedang diperbaiki.

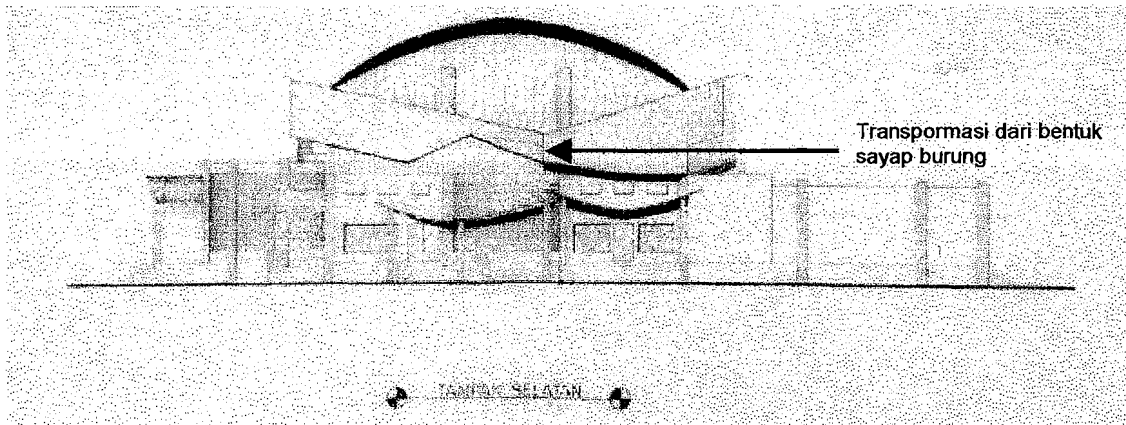


Gambar 4.15. Ruang tunggu bengkel

#### 4.2.2.3. Citra Symbol

Konsep symbol ini diambil dari symbol logo Harley Davidson dalam bentuk lambing burung yang sedang mengepakkan sayap sambil merangkul logonya. Symbol ini ditranspormasikan dalam bentuk atap bangunan showroom dan kafe.





Gambar 4.16. Konsep simbol

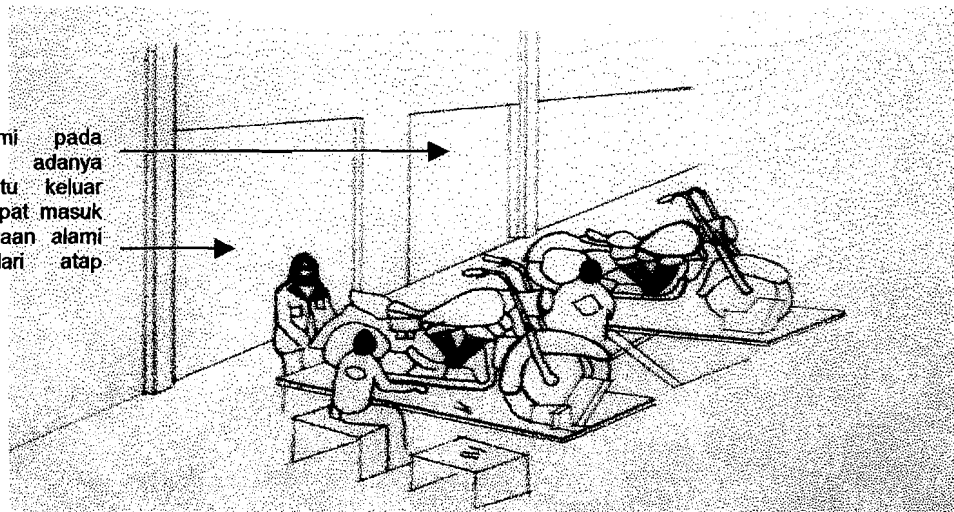
### 4.2.3. Pencahayaan

Pencahayaan sangat berperan dalam menampilkan produk yang disajikan kepada publik. Fungsi pencahayaan mampu membantu untuk lebih memahami suatu yang secara nyata muncul akibat dari pencahayaan.

#### 4.2.3.1. Pencahayaan Alami

Pada bangunan bengkel banyak memanfaatkan pencahayaan alami, untuk mengefektifkan pencahayaan alami dengan membuat bukaan-bukaan sekaligus pintu keluar bengkel, sehingga cahaya dapat maksimal masuk kedalam ruang.

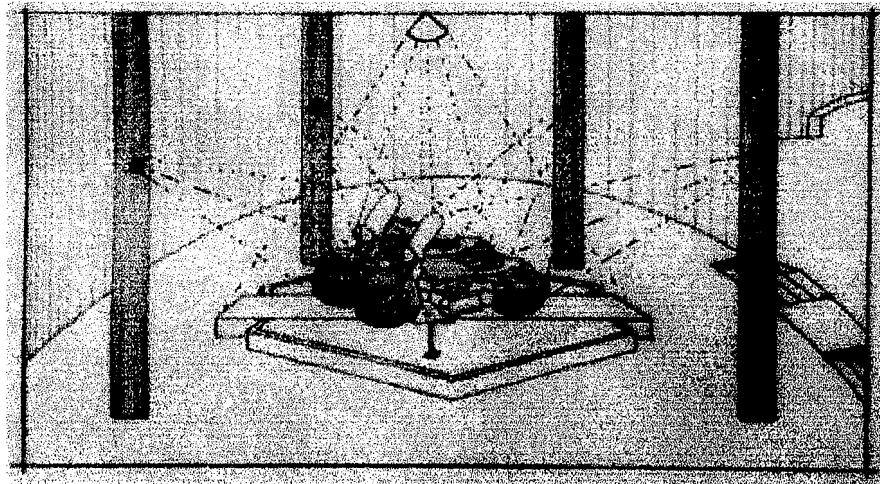
Pencahayaan alami pada bengkel dengan adanya bukaan-bukaan pintu keluar sehingga cahaya dapat masuk selain itu pencahayaan alami dapat masuk dari atap bengkel.



Gambar 4.17. Pencahayaan alami

#### 4.2.3.2. Pencahayaan Buatan

Ruang pameran, kafe dan ruang pendukung banyak menggunakan pencahayaan buatan. Terutama pada ruangan pameran dan kafe penggunaan pencahayaan buatan sangat berperan dalam menampilkan produk yang akan dipamerkan. Selain pencahayaan umum, pada ruang pameran banyak menggunakan pencahayaan setempat (lampu sorot) untuk menonjolkan suatu produk (motor). Untuk menerang gambar dua dimensi dalam bentuk gambar atau logo Harley Davidson menggunakan lampu display.



Gambar 4.18. Pencahayaan buatan

#### 4.2.4. Tata Display

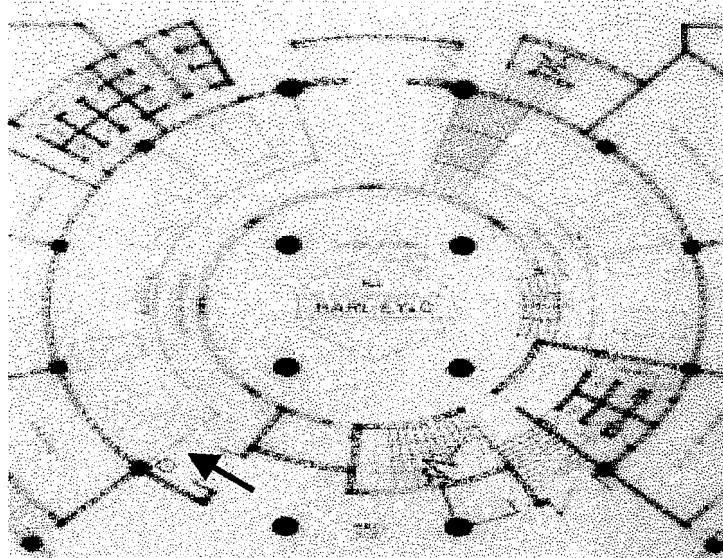
Dalam penataan ruang pameran langkah-langkah yang diambil adalah

##### 4.2.4.1. Tata Ruang Pameran Menurut Sistematisasi Penyajian

Tata pameran menurut urutan tahun pembuatan, dari tahun pembuatan yang terlama sampai pada tahun pembuatan yang terkini. Para pengunjung dibawa untuk melihat pameran dari motor tahun pembuatan terlama, kemudian menuju motor ke tahun pembuatan berikutnya dan puncaknya pengunjung akan melihat pameran motor Harley Davidson tahun pembuatan terkini. Sehingga memiliki alur yang jelas, diharapkan nantinya para pengunjung dapat mengenal lebih jauh akan motor Harley Davidson dan akan tumbuh kecintaan akan motor tersebut. Adapun motor



yang dipamerkan disini berjumlah 12 kendaraan dengan asumsi 6 kendaraan untuk tahun pembuatan dari N -3 s/d N-5 , 4 kendaraan untuk tahun pembuatan N-1 s/d N-2 , 2 kendaraan untuk tahun pembuatan N 0.

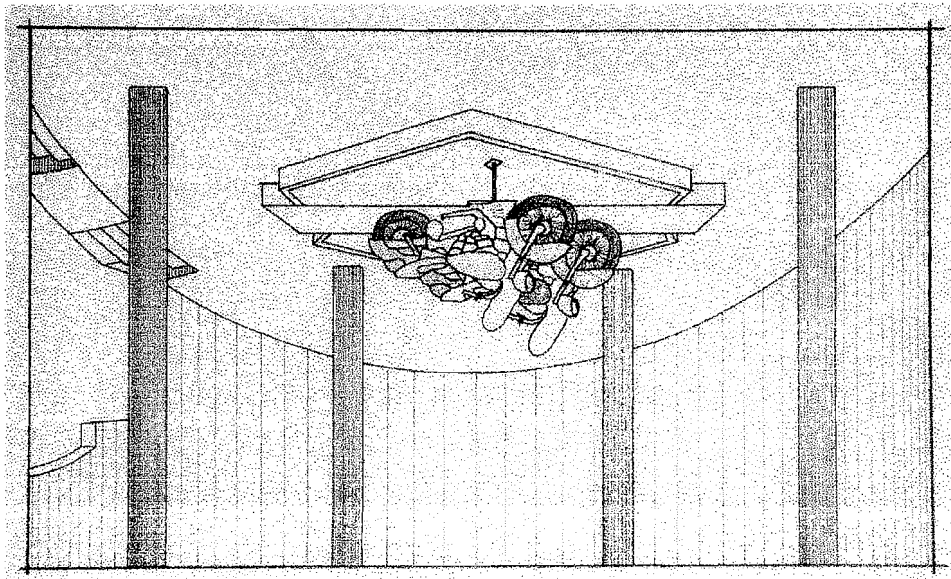


Gambar 4.19. Tata penyajian ruang pameran

#### 4.2.4.2. Tata Pameran Menurut Tata Penyajian

Tata penyajian produk diletakkan diatas stage, dengan maksud agar obyek pameran dapat terlihat menonjol dan menarik para pengunjung. Untuk tata display replica penyajiannya diletakkan didinding dengan penutup kaca, untuk obyek dua dimensi ditempel didinding.

Gambar 4.20. Tata perletakan diatas stage



## DAFTAR PUSTAKA

1. Dwi Ary Heru Prasetyo, Jakarta Auto Show room, Pencahayaan dan sirkulasi sebagai pendukung nilai komersial bangunan, Arsitektur UII Tahun 2001.
2. Harley Davidson Club Jogjakarta, Laporan tahunan, 2003
3. History of the Motor Cycle, Chancellor press, 1996
4. Hidayat Nur Ikhwanto, Museum Kendaraan Bermotor Antik di Jokjakarta, Pewadahan museum sebagai sarana informasi perkembangan otomotif, Arsitektur UII 2000
5. Indonesia Automotive Industry and Development, GAIKINDO
6. Indra Basuki, Show room Harley Davidson, Kaca Sebagai Pembentuk Performa Fasad Bangunan, Arsitektur UII 2002.
7. John M. Echols – Hasan Shadily, Kamus Inggris – Indonesia Edisi XIII Maret 1984, PT. Gramedia Jakarta.
8. WWW. Harley Davidson. Com.
9. WWW. Buell - Harley Davidson. Com.
10. WWW. Kutter - Harley Davidson. Com.
11. WWW. Kompas Cyber Media. Com, Laporan Ketua GAIKIBDO, Bambang Trisulo, Kamis 21 Desember 2000.
12. WWW. Great building. Com.