

TUGAS AKHIR

JOGJA AUTO MALL

Sebagai Sarana Bisnis dan Rekreasi dengan  
penekanan pada penataan ruang dalam  
yang menunjang kegiatan otomotif



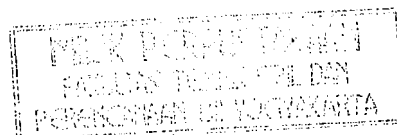
DISUSUN OLEH

PRAJNAVIDYA ADHIPUTHERA

No. Mhs. 98 512 001

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA

2002



LEMBAR PENGESAHAN

JOGJA AUTO MALL

Sebagai Sarana Bisnis dan Rekreasi dengan Penekanan pada Penataan  
Ruang Dalam yang Menunjang Kegiatan Otomotif

Disusun oleh :

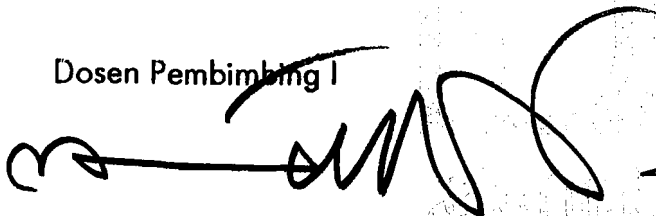
PRAJNAVIDYA ADHIPUTHERA

98 512 001

Yogyakarta, Desember 2002

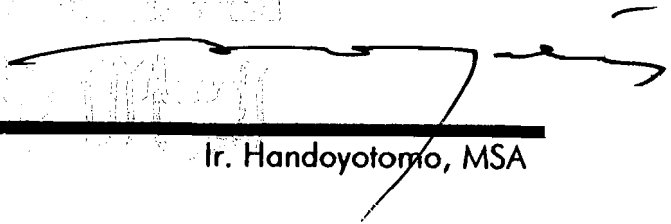
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



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

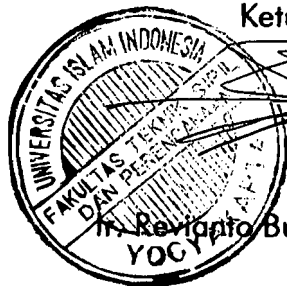
Dosen Pembimbing II



Ir. Handoyotomo, MSA

Mengetahui  
Jurusan Arsitektur  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Universitas Islam Indonesia

Ketua Jurusan



Ir. Revianto Budi Santosa, M. Arch

---

---

*kebaikan dalam kata-kata menciptakan percaya diri  
kebaikan dalam berpikir menciptakan kebijakan  
kebaikan dalam memberi menciptakan cinta  
(Lao-tzu)*

---

---

*dengan penuh cinta, aku persembahkan buku ini bagi keluarga ku  
(Papa, Mama, Mbak Vitta, De' Aad)  
yang telah banyak mendorong hidupku selama ini.  
juga untuk seseorang yang belum ku temukan ...*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir. Shalawat serta salam dipersembahkan untuk Nabi Besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penyusunan Tugas Akhir dengan judul Jogja Auto Mall ini merupakan salah satu prasyarat akademi pada kurikulum jurusan Arsitektur. Karena itu kami menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, sehingga terselesainya laporan ini. Kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Papa, Mama, mbak Vitta, de' Aad yang selalu memberi dorongan moril maupun material setiap hari.
2. Bpk Ir. Revianto Budi Santoso, M. Arch. , selaku Ketua Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
3. Bpk Ir. H. Munichy B. Edrees, M. Arch, selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan dan pengarahannya.
4. Bpk Ir. Handoyotomo, MSA, selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan pengarahannya.
5. Dyah dan Yeni yang mau menjadi temanku dan mau meminjamkan buku serta pikirannya.
6. Nurizka yang telah meminjamkan buku padaku.
7. Teman-teman senasib : Hendra, Koko, Agung, Wahyudin, Dirsu, Bima.
8. Teman-temanku yang lain.
9. Serta semua pihak yang telah banyak membantu hingga selesainya Tugas Akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Jogjakarta, Desember 2002

Penyusun

PRAJNAVIDYA ADHIPUTHERA

JOGJA AUTO MALL  
Sebagai Sarana Bisnis dan Rekreasi dengan Penekanan pada Penataan  
Ruang Dalam yang Menunjang Kegiatan Otomotif

JOGJA AUTO MALL  
A Business and Recreation Media Focus  
on The Interior Setting which Supports.

Nama Mhs: PRAJNAVIDYA ADHIPUTHERA  
No. Mhs: 98512001

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

Dosen Pembimbing II  
Ir. Handoyotomo, MSA

### ABSTRAKSI

Dalam era otonomi daerah, Jogjakarta harus dapat menghidupi daerahnya sendiri. Salah satu faktor pendukung yang dapat diandalkan adalah bidang otomotif. Hal ini tampak pada banyaknya kendaraan khususnya mobil dan toko, bengkel yang selalu ramai didatangi konsumen. Banyaknya toko dan bengkel menuntut adanya suatu tempat perdagangan otomotif yang menyatu, lengkap dan dapat dijangkau oleh masyarakat. Di dalam tempat ini dapat ditemukan berbagai kegiatan seperti promosi penjualan mobil, toko onderdil dan aksesoris, tempat service dan modifikasi, area test drive dan rekreasi.

Permasalahan yang ditekankan pada perancangan Jogja Auto Mall adalah bagaimana penataan ruang dalam pada otomotif mall sebagai fasilitas bisnis dan rekreasi. Dan bagaimana merancang bentuk bangunan yang dapat mengungkapkan karakter otomotif.

Tujuan dan sasaran yang akan dicapai adalah mendapatkan landasan konsep perancangan Jogja Auto Mall yang mampu menjadi tempat kegiatan otomotif yang mewadahi kegiatan perdagangan, service, test drive dan rekreasi. Untuk mendukung proses perancangan tersebut dilakukan survei, observasi dan wawancara dengan pihak yang berhubungan serta studi literature untuk mendapatkan masukan dalam memecahkan permasalahan yang ada.

Perancangan Jogja Auto Mall ini akan ditempatkan di jalan Veteran tepatnya disebelah timur Terminal Bis Umbulharjo. Sehingga fasilitas ini nantinya mudah diketahui dan dicapai oleh masyarakat. Dalam mendukung penataan ruang dalam pada otomotif mall adalah dengan didasarkan pada pengelompokan ruang dan hubungan ruang yang mengacu pada kegiatan masing-masing ruang. Sirkulasi yang terjadi khususnya untuk mobil turut mendukung penataan ruang dalam pada otomotif mall. Skala dan proporsi bangunan yang digunakan adalah mengesankan bangunan monumental sehingga mampu menonjol dan berbeda dari bangunan sekitarnya. Untuk perancangan penampilan bangunan didukung dengan penggunaan komponen-komponen otomotif khususnya pada mobil sehingga dapat mencerminkan karakter otomotif pada bangunan.

## DAFTAR ISI

---

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang Permasalahan

1.1.1 Latar Belakang Umum.....	1
1.1.2 Latar Belakang Khusus.....	2
1.1.3 Ruang Dalam.....	4
1.1.4 Bentuk Bangunan.....	9

#### 1.2.Permasalahan

1.2.1. Permasalahan Umum.....	10
1.2.2. Permasalahan Khusus.....	10

#### 1.3.Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan.....	10
1.3.2. Sasaran.....	10

#### 1.4.Lingkup Batasan..... 11 |

#### 1.5.Lingkup Pembahasan..... 11 |

#### 1.6.Metodologi

1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	11
1.6.2. Metode Pembahasan.....	12

#### 1.7.Keaslian Penulisan..... 13 |

#### 1.8.Sistematika Penulisan..... 14 |

#### 1.9.Kerangka Pola Pikir..... 15 |

### BAB II TINJAUAN UMUM OTOMOTIF DAN MALL

#### 2.1. Tinjauan Otomotif

2.1.1. Pengertian Otomotif.....	16
2.1.2. Klasifikasi Moda otomotif.....	16
2.1.3. Klasifikasi Kendaraan Berdasarkan Segmen Pasar.....	17
2.1.4. Jenis Kegiatan Otomotif.....	17

<b>2.2. Tinjauan Mall</b>	
2.2.1. Pengertian Mall.....	20
2.2.2. Klasifikasi Mall sebagai Pusat Perdagangan Otomotif.....	20
2.2.3. Klasifikasi Mall Berdasarkan Bentuk Fisik.....	20
2.2.4. Klasifikasi Mall Berdasarkan Variasi Barang yang Dijual.....	21
<b>2.3. Tinjauan Auto Mall</b>	
2.3.1. Pengertian Auto Mall.....	22
2.3.2. Fungsi Auto Mall.....	22
2.3.2. Karakter Kegiatan.....	24
2.3.3. Bentuk Aktivitas.....	25
<b>2.4. Tinjauan Tata Ruang</b>	
2.4.1. Tata Ruang Dalam.....	30
2.4.2. Tata Sirkulasi.....	32
<b>2.5. Tinjauan Bentuk dan Penampilan Bangunan Otomotif.....</b>	<b>34</b>

### BAB III ANALISA AUTO MALL DI JOGJAKARTA

<b>3.1. Jogja Auto Mall</b>	
3.1.1. Pengertian Jogja Auto Mall.....	39
3.1.2. Jenis Kegiatan.....	39
3.1.3. Pelaku dan Pola Kegiatan.....	41
3.1.4. Struktur Organisasi dan Organisasi Ruang.....	46
<b>3.2. Analisa Peruangan</b>	
3.2.1. Persyaratan Ruang.....	48
3.2.2. Kebutuhan Ruang dan Besaran Ruang.....	50
3.2.3. Hubungan Ruang.....	55
<b>3.3. Analisa Tata Ruang</b>	
3.3.1. Tata Ruang Dalam.....	57
3.3.2. Tata Sirkulasi.....	60
<b>3.4. Analisa Bentuk dan Penampilan Bangunan Otomotif</b>	
3.4.1. Analisa Penampilan Bangunan.....	64
3.4.2. Analisa Bentuk Bangunan.....	66
<b>3.5. Kesimpulan.....</b>	<b>68</b>

### BAB IV KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

<b>4.1. Konsep Pemilihan Lokasi dan Site</b>	
4.1.1. Konsep Pemilihan Lokasi .....	69
4.1.2. Konsep Pemilihan Site.....	69
4.1.3. Konsep Zoning Tapak .....	70
4.1.4. Konsep Sirkulasi dalam Tapak.....	71
4.1.5. Konsep Tata Lingkungan.....	72



4.2. Konsep Dasar Peruangan	
4.2.1. Pengelompokan Ruang.....	74
4.2.2. Hubungan Ruang.....	76
<hr/>	
4.3. Konsep Tata Ruang	
4.3.1. Tata Ruang Dalam.....	77
4.3.2. Tata Sirkulasi.....	79
4.4. Konsep Bentuk dan Penampilan Bangunan .....	81
4.5. Konsep Dasar Struktur dan Bahan.....	82
4.6. Konsep Dasar Utilitas.....	82
4.6.1. Sanitasi dan Penyediaan Air Bersih.....	80
4.6.2. Drainase dan Sistem Pembuangan.....	83
4.6.3. Fire Protection.....	84
4.6.4. Sistem Mekanikal Elektrikal.....	86
4.6.5. Sistem Komunikasi.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kegiatan pameran/ promosi.....	26
Gambar 2. Kegiatan perbengkelan.....	26
Gambar 3. Kegiatan sporing dan ruang tool-kit.....	27
Gambar 4. Layout ruang bengkel.....	27
Gambar 5. Toko merchandise.....	27
Gambar 6. Toko onderdil.....	28
Gambar 7. Kegiatan yang terjadi didalam café.....	28
Gambar 8. Kegiatan nonton bareng.....	28
Gambar 9. Mesin simulasi test drive.....	29
Gambar 10. Olahraga rockcrawling.....	30
Gambar 11. Berbagai ukuran gerak manusia.....	31
Gambar 12. Ukuran besar mobil.....	31
Gambar 13. Jenis mobil klasik Jaguar SS 100.....	34
Gambar 14. Jenis mobil eksklusif.....	35
Gambar 15. Mobil jenis sport.....	35
Gambar 16. Bagian-bagian otomotif.....	35
Gambar 17. Mega Web Toyota City Show Car Tokyo Japan.....	36
Gambar 18. Mazda Lief Show Room and Service Centre.....	37
Gambar 19. Diagram struktur organisasi.....	46
Gambar 20. Diagram organisasi ruang.....	47
Gambar 21. Pengelompokan ruang vertical.....	49
Gambar 22. Pengelompokan ruang horizontal.....	49
Gambar 23. Pencapaian ruang oleh pengunjung.....	50
Gambar 24. Hubungan ruang dalam ruang.....	55
Gambar 25. Hubungan ruang yang bersebelahan.....	56
Gambar 26. Hubungan ruang dengan ruang perantara.....	56
Gambar 27. Skala ruang intim.....	57
Gambar 28. Skala ruang normal.....	57
Gambar 29. Bukaan bidang.....	59
Gambar 30. Bukaan bidang yang diekspose.....	59
Gambar 31. Pola peletakan ruang.....	60

Gambar 32. Diagram pola sirkulasi.....	60
Gambar 33. Sirkulasi pencapaian pengunjung.....	61
Gambar 34. Sirkulasi gerak pengunjung.....	61
Gambar 35. Ramp jenis lurus.....	63
Gambar 36. Bangunan fungsional.....	64
Gambar 37. Fasade bangunan.....	65
Gambar 38. Penonjolan bangunan.....	65
Gambar 39. Analogi transformasi bagian-bagian otomotif.....	66
Gambar 40. Bentuk bangunan.....	67
Gambar 41. Peta udara site terpilih.....	70
Gambar 42. Peta site terpilih.....	70
Gambar 43. Zoning pada tapak.....	71
Gambar 44. Sirkulasi dalam tapak.....	72
Gambar 45. Konsep tata lingkungan.....	73
Gambar 46. Pengelompokan ruang.....	75
Gambar 47. Organisasi ruang.....	76
Gambar 48. Hubungan ruang vertikal.....	77
Gambar 49. Skala ruang.....	77
Gambar 50. Warna ruang.....	78
Gambar 51. Pengolahan bidang vertikal.....	78
Gambar 52. Pengolahan bidang dasar.....	78
Gambar 53. Pengolahan pola ruang.....	79
Gambar 54. Pola sirkulasi.....	79
Gambar 55. Sirkulasi pada auto mall.....	80
Gambar 56. Sirkulasi vertikal ramp.....	80
Gambar 57. Sirkulasi area bengkel.....	80
Gambar 58. Fasade bangunan.....	81
Gambar 59. Bentuk bangunan.....	81
Gambar 60. Sistem rangka bangunan.....	82
Gambar 61. Sistem penyediaan air bersih.....	82
Gambar 62. Drainase dan sistem pembuangan.....	83
Gambar 63. Pembuangan limbah oli/ minyak.....	83

Gambar 64. Pembuangan limbah asap.....	84
Gambar 65. Sistem fire protection.....	84
Gambar 66. Sistem tangga darurat.....	85
Gambar 67. Fire exit untuk mobil.....	85
Gambar 68. Sistem kelistrikan.....	86
Gambar 69. Sistem komunikasi.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis aktifitas, ruang dan sirkulasi.....	5
Tabel 2. Bentuk ruang sirkulasi.....	34
Tabel 3. Ukuran radius putar kendaraan.....	51

## BAB 1

### Pendahuluan

---

#### 1.1. Latar Belakang Permasalahan

##### 1.1.1. Latar Belakang Umum

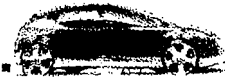
Jogjakarta sebagai miniatur Indonesia memiliki berbagai faktor pendukung untuk mendatangkan sumber pendapatan daerah. Di era otonomi daerah, Jogjakarta harus dapat menghidupi daerahnya sendiri. Salah satu faktor pendukung yang dapat diandalkan adalah bidang otomotif. Hal ini tampak pada pengguna kendaraan di jalan raya dan banyaknya dealer kendaraan yang ada di Jogjakarta. Bengkel-bengkel dan toko aksesoris modifikasi yang bertebaran di Jogjakarta selalu ramai didatangi konsumen merupakan faktor yang penting dalam mendatangkan devisa daerah.

Akan tetapi produk-produk yang dicari kadang belum sampai dipasaran atau masih sulit didapatkan. Menyadari hal tersebut perlu adanya suatu tempat untuk perdagangan otomotif yang menyatu, lengkap dan harga dapat dijangkau oleh masyarakat. Hal ini diperkuat belum adanya pusat perdagangan otomotif di Jogjakarta. Sedangkan minat masyarakat akan otomotif sangat besar. Minat tersebut dapat dilihat pada gelaran acara OTOBURSA yang diselenggarakan oleh Otomotif Group pada tanggal 13 dan 14 Juli 2002 di Parkir Timur Senayan. Acara tersebut dipadati 52.500 pengunjung selama dua hari gelaran<sup>1</sup>. Meskipun acara tersebut tidak berlangsung di Jogjakarta, akan tetapi dapat menjadi patokan bahwa masyarakat haus mengenai hal-hal yang berbau otomotif. Dari berbagai kegiatan yang telah dilakukan terlihat bahwa masyarakat harus menunggu diadakannya suatu event otomotif yang berskala besar untuk dapat memenuhi keingintahuan mereka akan hal-hal baru di bidang otomotif.

Ketergantungan masyarakat terhadap kegiatan otomotif perlu diwadahi sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan barang-

---

<sup>1</sup> [www.motorplus-online.com](http://www.motorplus-online.com)



barang otomotif baru yang mereka perlukan. Wadah yang diperlukan untuk kegiatan seperti ini adalah sebuah tempat dalam hal ini mall yang dapat menampung berbagai kegiatan otomotif. Semua aspek yang ada dalam otomotif digabung menjadi satu kesatuan sehingga masyarakat / konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan mereka tanpa membuang waktu yang banyak.

Selama ini masyarakat Jogjakarta hanya dapat menikmati acara/ kegiatan seperti ini apabila ada pameran produk-produk otomotif terbaru. Peminat otomotif di Jogjakarta harus berpindah tempat jika tidak mendapatkan barang yang dicarinya. Mall otomotif dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dalam mencari barang yang bagus, murah dan terbaru.

### 1.1.2. Latar Belakang Khusus

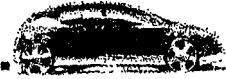
Jogjakarta memiliki banyak pusat perbelanjaan yang tersebar diberbagai penjuru kota. Pusat perbelanjaan dalam hal ini mall memadukan aspek berbelanja sambil rekreasi, yang telah menjadi gaya hidup masyarakat kota terutama dikalangan remaja dan anak muda. Mall menjadi tempat berbelanja dan mangkal di waktu senggang sambil melepas lelah setelah bekerja seharian<sup>2</sup>. Aspek inilah yang diambil dalam merancang sebuah tempat perdagangan otomotif. Sebagai suatu tempat perdagangan otomotif, mall ini harus dapat mewadahi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kendaraan khususnya mobil pribadi. Hal ini akan terjadi apabila bangunan dapat menampung berbagai kegiatan tersebut yang tentu saja memiliki perbedaan dengan mall biasa. Perbedaan yang paling mendasar adalah penataan ruang dalam bangunan yang memerlukan perhitungan tersendiri. Beberapa fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan otomotif yang berpotensi untuk dikembangkan dalam mall otomotif ini meliputi :

#### a. Promosi Penjualan Mobil.

Promosi penjualan mobil dilakukan oleh ATPM ( Agen Tunggal Pemegang Merek ). Berkumpulnya ATPM dalam satu wadah akan

---

<sup>2</sup> Majalah Property No. 38 Th 1997, Boom Pusat Belanja



memudahkan konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya. Tempat berkumpulnya ATPM terdiri dari stand-stand permanen seperti retail-retail pada suatu mall. Dengan konsep ini diharapkan pengunjung yang datang dapat tertarik untuk melihat dan membeli dengan cara memesan atau inden. Sehingga retail hanya diisi oleh produk-produk terbaru atau yang sedang trend di masyarakat. Retail-retail tersebut lebih dikhususkan untuk ATPM yang telah memiliki pangsa pasar di masyarakat.

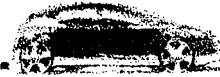
b. Penyediaan onderdil dan aksesoris otomotif.

Penjualan atau penyediaan onderdil di Jogjakarta selama ini sangat beragam dan bercampur menjadi satu dengan kendaraan lain. Aksesoris otomotif dalam hal ini semacam pernik-pernik biasanya juga dijual bersamaan dengan barang non otomotif. Sehingga dengan adanya mall otomotif berbagai onderdil otomotif dapat dipisahkan dan lebih dikhususkan pada mobil pribadi. Aksesoris juga dapat lebih difokuskan pada hobi seputar kendaraan pribadi.

c. Service dan modifikasi

Service dan modifikasi mobil pribadi menjadi salah satu potensi besar sebagai pendukung mall otomotif ini. Pemilik mobil pribadi sekarang cenderung selalu ingin memodifikasi kendaraannya agar terlihat lebih baik atau tidak tertinggal jaman. Fasilitas service dan modifikasi ini meliputi :

- 1) Bengkel. Tempat untuk melakukan perbaikan dan perawatan mobil.
- 2) Modifikasi. Untuk memperindah mobil sesuai selera konsumen dengan cara memodifikasi elemen yang ada pada kendaraan tersebut. Bagian ini juga melayani perawatan mobil dalam hal ini salon khusus mobil untuk menjaga kualitas mobil pada bagian eksterior dan interior.



#### d. Test drive

Dengan adanya ATPM didalam mall, maka konsumen biasanya ingin mencoba terlebih dahulu kendaraan yang akan di beli. Oleh karena itu area test drive merupakan fasilitas penting yang tidak dapat ditinggalkan. Mobil yang telah selesai diperbaiki atau dimodifikasi biasanya juga memerlukan uji coba jalan ( test drive ).

#### e. Rekreasi

Di kota Jogjakarta saat ini masih kurang tempat rekreasi yang berbau otomotif. Rekreasi di sini artinya suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan sendiri atau bersama orang lain untuk menciptakan kembali suasana baru kesibukan-kesibukan yang menyenangkan, hiburan pelengah waktu dan kesenangan<sup>3</sup>.

Penerapan lima kegiatan diatas pada otomotif mall lebih ditekankan pada penataan ruang dalam. Penataan ruang dalam pada otomotif mall mempunyai maksud agar dapat tercipta ruang yang dapat menampung dan menyatukan lima kegiatan diatas yang sifatnya sangat berbeda sehingga pengunjung mall dapat menikmati suasana yang nyaman.

#### 1.1.3. Ruang Dalam

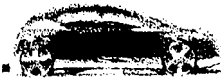
Ruang dalam sangat tergantung pada isi ruangan tersebut. Pada otomotif mall ini akan di isi dan di datangi kendaraan jenis automobile yang terdiri dari sedan, jeep, station wagon dan sport car<sup>4</sup>. Kendaraan jenis ini diharapkan tidak terlalu memakan tempat dan merupakan kendaraan yang banyak dimiliki dan disukai oleh masyarakat.

Beberapa tempat perbelanjaan otomotif yang telah ada, sebagian memiliki kesamaan permasalahan di bidang penataan ruang dan sirkulasi. Bangunan-

<sup>3</sup> Clarendon press, "The Oxford English Dictionary", 1993

<sup>4</sup> Boddell, "Automotive Fundamental"





bangunan tersebut banyak yang telah mengalami pemaksaan ruang. Ruang-ruang yang tidak sesuai fungsinya, dipaksa untuk menerima fungsi lain atau barang tertentu yang belum tentu cocok ditempatkan di ruang tersebut.

Fasilitas promosi penjualan, penyediaan onderdil dan aksesoris, service dan modifikasi, test drive dan rekreasi memiliki jenis kegiatan/ aktifitas dan barang yang berbeda satu dengan yang lain. Test drive sebagai fasilitas penunjang berada diluar ruangan memiliki area tersendiri sehingga tidak mengganggu aktifitas yang lain.

Tabel 1.  
Jenis Aktifitas, Ruang dan Sirkulasi

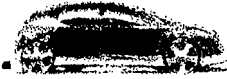
Aktifitas	Kebutuhan ruang	Sirkulasi
Promosi penjualan	Luas, nyaman, menarik	Manusia (umum), mobil (khusus)
Penyediaan onderdil	Luas, ramai	Barang dan manusia
Service dan modifikasi	Luas dan bising	Mobil (yang diperbaiki)
Rekreasi	Luas, santai, nyaman	Manusia (pengunjung)
Test drive	Area ruang luar. Mirip sirkuit kecil.	Mobil uji coba. Test car

Jenis kegiatan/ aktifitas yang mempengaruhi dalam pembentukan ruang antara lain:

1. Promosi penjualan mobil

Promosi dalam hal ini berarti kegiatan pemasaran yang mendorong efektifitas penjualan dengan menggunakan alat-alat seperti peraga, pameran, demonstrasi dan sebagainya<sup>5</sup>. Kegiatan ini bertujuan memamerkan produk terbaru sehingga wajib menghadirkan produk

<sup>5</sup> Basu Swastha DH, Drs. Azas-azas Marketing



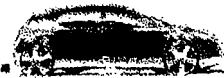
tersebut ke dalam ruang promosi. Setiap ATPM memiliki ruang tersendiri sehingga membutuhkan sirkulasi dan ruang yang cukup untuk menampung produk tersebut dalam hal ini mobil pribadi. Selama ini pameran-pameran mobil selalu memakai bangunan eksibisi satu lantai yang menerapkan open layout untuk ruang pamernya dan memiliki sifat pameran yang sementara. Sehingga hal ini jelas berbeda dengan yang akan diterapkan pada mall otomotif. Kekurangan yang ada pada bangunan eksibisi membuat fungsi kegiatan tersebut kurang dapat maksimal.

## 2. Penyediaan onderdil dan aksesoris otomotif

Kendaraan bermotor khususnya mobil pribadi memiliki onderdil aksesoris yang berbagai macam. Onderdil tersebut ada yang besar seperti blok mesin, hingga yang kecil seperti busi. Selama ini tempat perbelanjaan otomotif kurang memikirkan kemudahan konsumen dalam membawa barang belanjannya. Barang-barang tersebut menyulitkan konsumen dalam membawanya karena tidak adanya akses yang mudah dijangkau dan nyaman. Konsumen harus menggotong barang belanjannya yang cukup berat. Hal ini disebabkan perletakan retail onderdil yang terlalu jauh dari tempat parkir. Sehingga perlu penataan jenis retail dalam mall otomotif untuk mendukung kemudahan konsumen baik dalam berbelanja dan membawa barang belanjannya, serta kenyamanan pengunjung lain yang hanya berjalan-jalan.

## 3. Service dan modifikasi

Kegiatan ini merupakan jenis perbengkelan yang menyatu didalam mall otomotif. Bengkel yang ada selama ini memiliki masalah kebisingan dan kotor dalam ruangnya. Bising disini tidak hanya dari suara mobil saja. Akan tetapi ada bengkel yang mengkhususkan pada interior mobil dan audio. Masalah seperti ini selalu hampir ditemui dalam segala macam bengkel. Baik itu bengkel reparasi mesin, modifikasi interior eksterior,



maupun audio. Sehingga masalah –masalah yang ada pada bengkel mobil kurang dapat memaksimalkan fungsi kegiatan yang ada dalam mall otomotif.

Service dan modifikasi terdiri dari dua jenis yaitu<sup>6</sup>:

- 1) Express service : perawatan, penggantian spare part dan sedikit perbaikan sehingga konsumen dapat menunggu.
- 2) Major repair : perbaikan body, perbaikan keseluruhan yang membutuhkan waktu hingga 2-3 jam bahkan lebih.

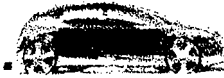
Dari kedua jenis tersebut hanya diambil jenis express service dengan pertimbangan tidak memakan banyak waktu dan tempat. Perbaikan interior, eksterior maupun audio termasuk dalam express service yang relatif memakan waktu lebih pendek dibandingkan dengan major repair. Kegiatan seperti ini membutuhkan ruang yang cukup luas, meskipun yang dilakukan hanya jenis express service dengan memperhatikan standar yang ada sehingga dapat memaksimalkan aktifitas lain yang terdapat didalam mall otomotif. Kegiatan major repair tidak dilakukan karena dikhawatirkan terjadi penumpukan antrian mobil yang akan diperbaiki apabila kerusakan yang diderita terlalu parah.

#### 4. Rekreasi

Rekreasi “ kesenangan” adalah kegiatan untuk melepaskan lelah. Rekreasi bersifat menghibur dan menyegarkan.<sup>7</sup> Ruang yang rekreatif yaitu ruang berkarakter bebas, dinamis dan tidak monoton dalam ruang gerakanya. Sehingga karakter ruang yang rekreatif diharapkan bisa memberikan hiburan agar pengunjung tidak bosan karena ada keleluasaan gerak dan tidak monoton dalam bentuk dan susunan ruangnya. Untuk mendukung hal tersebut, maka perlu suatu penataan ruang yang dapat memberi kesan ruang rekreatif. Sebagai penunjang ruang yang rekreatif,

<sup>6</sup> Neufert, Architects' Data, Crosby Lockwood Staples London

<sup>7</sup> Kamus Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan



dibentuk suatu café dan restoran yang bernuansa otomotif. Nuansa otomotif selain terbentuk dari interior, juga dari hiburan dan acara yang berhubungan dengan otomotif, seperti penayangan siaran langsung perlombaan balap semacam Formula 1 atau WRC (World Rally Championship). Café yang bernuansa otomotif akan lebih melekat di hati peminat otomotif dibandingkan bila café tersebut hanya memiliki nuansa yang biasa saja.

#### ▪ Sirkulasi

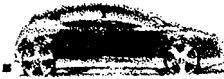
Sirkulasi merupakan gerak dalam ruang. Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai tali yang mengikat ruang-ruang suatu bangunan atau suatu deretan ruang-ruang dalam maupun luar menjadi saling berhubungan<sup>8</sup>. Alur gerak orang, barang/ pelayanan selalu bersifat linier.

Kendaraan beroda, dalam hal ini mobil membutuhkan sebuah jalan dengan kontur halus yang menggambarkan radius putarnya, lebar jalan harus benar-benar disesuaikan dengan ukuran kendaraan<sup>9</sup>. Dalam hal ini jalan yang dibutuhkan adalah sirkulasi vertikal untuk dapat menempatkan mobil-mobil ke ruangnya masing-masing ( retail-retail ). Sirkulasi vertikal mencakup tangga, eskalator, ramp dan lift. Tangga dan eskalator diperuntukkan bagi manusia dalam mencapai lantai yang lebih tinggi. Lift dipergunakan untuk barang-barang non mobil. Sedangkan ramp lebih dikhususkan untuk sirkulasi mobil dari lantai ke lantai.

Selama ini sirkulasi mobil dalam pameran selalu sama dengan memanfaatkan layout ruang yang terbuka. Mobil yang akan dipamerkan langsung menuju ke tempat masing-masing dengan melewati sirkulasi untuk manusia. Akan tetapi hal ini biasanya dilakukan ketika masa persiapan pameran saat pengunjung belum datang. Bila sistem ini dilakukan pada mall otomotif, maka akan mengganggu aktifitas dari retail yang lain.

<sup>8</sup> Francis D.K. Ching, *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunannya*

<sup>9</sup> Ibid



Dalam berbelanja barang otomotif, konsumen memerlukan sirkulasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Selama ini masih jarang ditemui pusat perbelanjaan yang menyediakan sirkulasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Sehingga ketika konsumen berbelanja dalam jumlah banyak, mereka mengalami kesulitan dalam membawa barang belanjaan mereka.

Dari uraian tentang ruang dalam dan sirkulasi dapat disimpulkan bahwa suatu mall otomotif memerlukan penataan yang berbeda dengan mall biasa. Sehingga berbagai masalah diatas dapat menjadi acuan dalam merancang mall otomotif dan masalah yang ada dapat dipecahkan agar kegiatan yang berlangsung didalamnya berjalan dengan lancar.

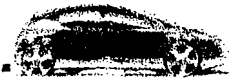
#### 1.1.4. Bentuk Bangunan

Sebagai sarana bisnis dan rekreasi mall otomotif harus mempunyai suatu image komersial yang tertangkap indera manusia sebagai suatu citra bangunan. Citra merupakan satu gambaran, penghayatan terhadap objek yang menimbulkan satu arti bagi seseorang<sup>10</sup>. Menurut Louis Sullivan: "Tampak luar adalah cermin dari fungsi yang ada didalamnya". Bangunan dengan karakter yang baik harus "menceritakan" atau membuat suatu gambaran intelektual mengenai kegiatan apa yang terjadi didalamnya<sup>11</sup>. Ekspresi bangunan dapat memberikan kesan atau image bagi pengamatnya, namun tiap-tiap individu memiliki penerimaan yang berbeda terhadap suatu bangunan, tergantung pada tingkat latar belakang dan pengalaman masing-masing. Sebagai mall otomotif, citra yang dipakai adalah menerapkan karakter otomotif di dalam bentuk bangunan sehingga menimbulkan satu arti bagi pengunjung yang datang.

Karakter otomotif yang diambil disini adalah unsur otomotif yang dianalogikan dalam membentuk suatu bangunan mall otomotif. Analogi merupakan persamaan atau persesuaian antara dua benda atau hal yang berlainan. Unsur otomotif pada mobil itu diambil beberapa bagian yang

<sup>10</sup> YB. Mangun Wijaya, *Wastu Citra*

<sup>11</sup> Ishar, H.K, *Pedoman Umum Merancang Bangunan*. Jakarta : PT Gramedia.



kemudian dianalogikan menjadi satu kesatuan yang dapat mengungkapkan karakter otomotif. Dengan demikian diharapkan masyarakat dapat menangkap karakter otomotif yang tercipta dalam bangunan mall otomotif.

---

## 1.2. PERMASALAHAN

### 1.2.1. Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan sebuah otomotif mall dalam menarik peminat otomotif untuk datang ke tempat tersebut agar menjadi suatu wadah yang mampu menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan otomotif sekaligus sebagai sumber pendapatan daerah dalam menyongsong otonomi daerah.

### 1.2.2. Permasalahan Khusus

- Bagaimana penataan ruang dalam pada otomotif mall sebagai fasilitas bisnis dan rekreasi.
- Bagaimana bentuk bangunan yang dapat mengungkapkan karakter otomotif.

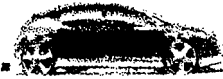
## 1.3. TUJUAN DAN SASARAN

### 1.3.1. Tujuan

Menjadikan Jogja Auto Mall sebagai sebuah tempat kegiatan otomotif yang mampu mewadahi kegiatan perdagangan, service, test drive dan rekreasi sehingga dapat meningkatkan pendapatan daerah.

### 1.3.2. Sasaran

- Merancang ruang dalam yang sesuai dengan kegiatan perdagangan otomotif sebagai dasar perencanaan dan perancangan.
- Menentukan bentuk bangunan yang mampu mengungkapkan karakter otomotif.
- Menyusun komposisi ruang yang menyatukan berbagai macam fungsi.



#### 1.4.LINGKUP BATASAN

Lingkup batasan yang menyangkut pembahasan yang berkaitan dengan perkara yang akan diselesaikan yaitu penataan ruang dalam yang meliputi sirkulasi beserta tata ruangnya. Aspek-aspek seperti bisnis dan rekreasi ditinjau dari fungsi bangunan ini sebagai mall yaitu tempat berbelanja dan bersantai. Aspek bisnis ditinjau dari kegiatannya yang meliputi promosi penjualan, perdagangan sparepart dan aksesoris serta service. Aspek rekreasi mencakup bagaimana pengunjung dapat bersantai dan menikmati berbagai kegiatan yang ada dengan fasilitas antara lain café, game center dan sejenisnya serta ruang-ruang klub otomotif.

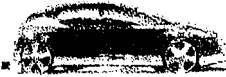
#### 1.5.LINGKUP PEMBAHASAN

1. Penyediaan fasilitas kegiatan perdagangan otomotif dengan melakukan penataan ruang dalam yang dapat menyatukan berbagai macam kegiatan tersebut.
2. Bentuk bangunan yang arsitektural pada auto mall yang mengekspresikan karakter otomotif.

#### 1.6.METODOLOGI

##### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

- a. Survei lapangan, untuk mendapatkan data secara langsung melalui :
  1. Pengamatan langsung dilapangan.
  2. Wawancara dengan pelaku otomotif, pemilik toko dan masyarakat yang tertarik dengan bidang otomotif khususnya mobil pribadi untuk mendapatkan masukan dan menangkap permasalahan di lapangan.
- b. Survei data dan literature, untuk mendukung data lapangan dan sebagai pembanding terhadap bangunan sejenis yang telah ada.



## 1.6.2. Metode Pembahasan

Pembahasan ini lebih difokuskan pada permasalahan khusus yang diperoleh berdasarkan hasil survei, data-data dan studi literature dengan tahap-tahap sebagai berikut:

### 1. Tahap Identifikasi

Mengidentifikasi permasalahan yang timbul dalam proses pembahasan antara lain :

- Gambaran khusus mengenai potensi otomotif di Jogjakarta yang dapat mendukung adanya auto mall.
- Berbagai jenis kegiatan dan barang otomotif yang ada dan mendukung dalam kegiatan mall.
- Mengidentifikasi bentuk bangunan yang berkarakter otomotif.
- Mengidentifikasi ruang-ruang dan sirkulasi yang diperlukan untuk dapat terselenggaranya suatu mall otomotif.

### 2. Tahap Analisa

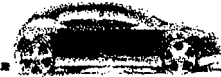
Proses pemecahan masalah dengan menguraikan permasalahan ke dalam pembahasan yang lebih mendalam melalui pendekatan :

- Karakter aktivitas otomotif (skala dan dimensi gerak)
- Karakter fisik bangunan (tata ruang dalam, bentuk bangunan dan lingkungan).

### 3. Tahap Perumusan Konsep

Tahapan dalam mendapatkan konsep perencanaan dan perancangan pada bangunan auto mall yang dapat menciptakan ruang dalam yang sesuai dengan karakter berbagai aktivitas otomotif.





Untuk menghindari kesamaan judul dan isi, tugas akhir yang dipakai sebagai acuan adalah :

Dwi Hero Prasetyo, JTA UII, 2001

“Jakarta Auto Showroom”

Penekanan pada pencahayaan dan pola sirkulasi sebagai pendukung nilai komersialitas.

Perbedaan :

Penulisan tersebut diatas menitikberatkan pada pencahayaan dan pola sirkulasi sebagai pendukung nilai komersialitas, sedangkan pada penulisan ini lebih memfokuskan pada penekanan penataan ruang dalam yang menunjang kegiatan perdagangan otomotif.

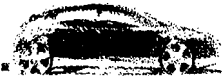
Aris Sulistyanto, JTA UII, 2002

“ Pusat Otomobil di Yogyakarta”

Penekanan pada prinsip aerodinamika sebagai faktor penentu tata ruang dan bentuk bangunan.

Perbedaan :

Penulisan tersebut diatas menitikberatkan pada prinsip aerodinamika sebagai penentu tata ruang dan bentuk bangunan, sedangkan pada penulisan ini lebih memfokuskan pada penekanan penataan ruang dalam yang menunjang kegiatan perdagangan otomotif.



## 1.8. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dibagi menjadi 4 bab yang masing-masing bab mengandung pokok-pokok pikiran yang saling berkesinambungan satu sama lain.

### Bab I : Pendahuluan

Mengungkapkan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metodologi, sistematika pembahasan.

### Bab II : Tinjauan Umum Otomotif dan Mall

Berisi tentang tinjauan umum mall, tinjauan otomotif di Jogja dan tinjauan tentang ruang dalam yang dibutuhkan.

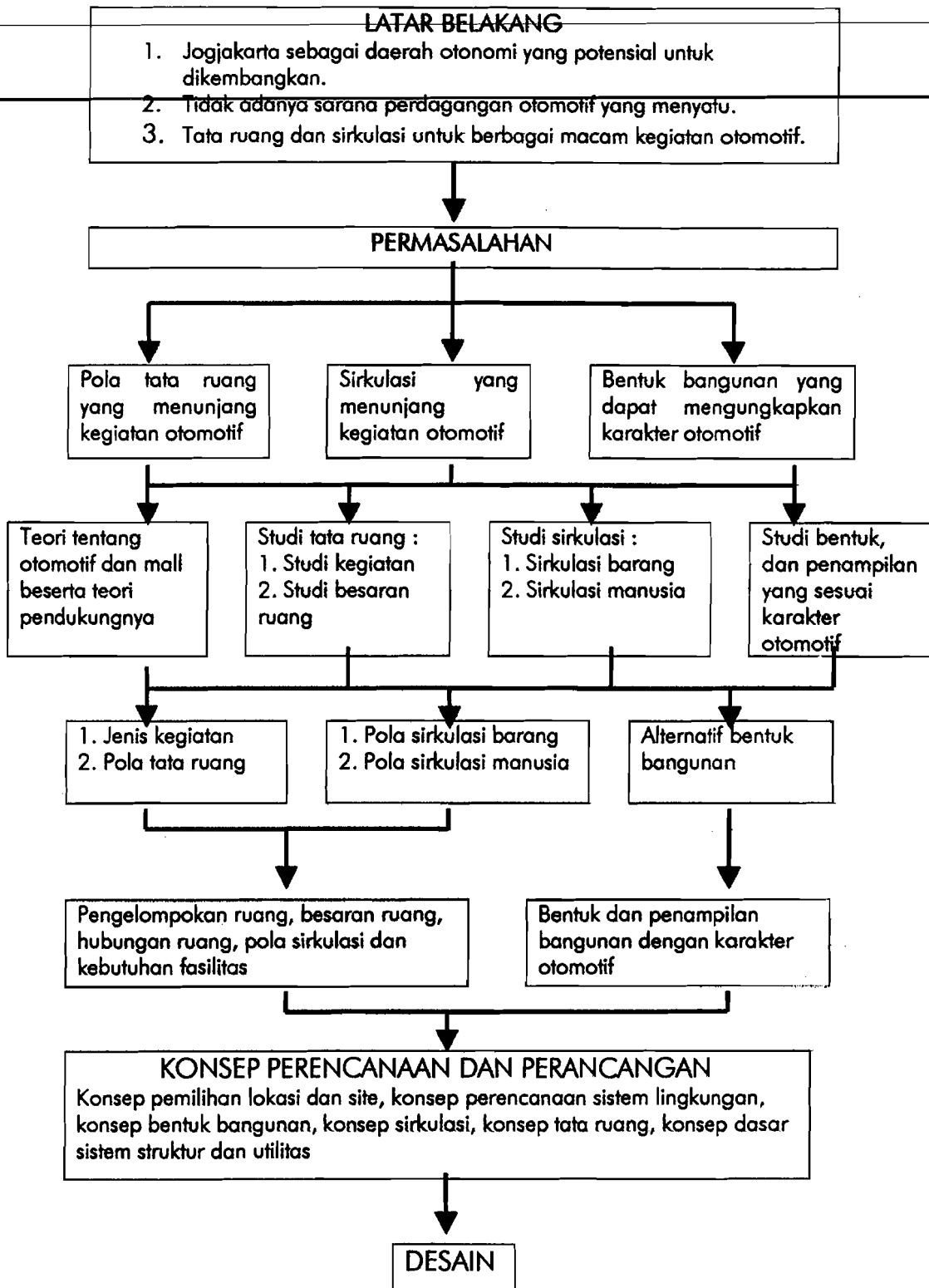
### Bab III : Analisa

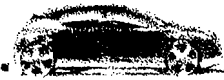
Menganalisa data yang ada serta dihubungkan dengan literature, teori dan berbagai macam pendekatan untuk menyelesaikan masalah dengan menganalisa : sirkulasi, tata ruang, kajian pelaku dan kegiatan, kebutuhan ruang, besaran ruang, organisasi ruang, bentuk dan penampilan bangunan.

### Bab IV : Konsep Perancangan

Mengungkapkan konsep perencananan dan perancangan, yang meliputi : konsep pemilihan lokasi dan site, konsep perencanaan sistem lingkungan, konsep bentuk bangunan, konsep sirkulasi, konsep tata ruang, konsep dasar sistem struktur dan bahan serta konsep utilitas.

1.9. KERANGKA POLA PIKIR





## BAB 2

### Tinjauan Umum Otomotif dan Mall

---

#### 2.1. Tinjauan Otomotif

##### 2.1.1. Pengertian Otomotif

Automotive berasal dari kata otomotif yang artinya sesuatu yang bergerak dibidang mobil yaitu kendaraan darat yang dirancang dengan beraneka ragam bentuk dan jenis sebagai pengganti kereta yang ditarik oleh kuda<sup>12</sup>. Sedangkan menurut Croese, William H and Angli, Donald, otomotif / otomobil dapat juga berarti kendaraan yang berjalan sendiri sebagai alat transportasi darat biasanya mempunyai 4 roda dan digerakkan mesin sebagai tenaga penggerak. Mobil merupakan jenis alat transportasi yang dapat berjalan bebas didarat dengan menggunakan roda / sejenisnya yang dilengkapi dengan alat penggerak berupa motor atau mesin<sup>13</sup>.

##### 2.1.2. Klasifikasi Moda Otomotif

Berbagai jenis kendaraan mobil yang ada dijalanan membuktikan bahwa satu produk dapat dengan cepat diterima ditengah masyarakat. Baik itu mobil kelas menengah atau pun kelas atas seperti mobil built up (impor), yang masing-masing kelas telah memiliki pangsa pasar tersendiri. Berbagai jenis otomotif dapat dilihat dari segi kegunaannya terdiri dari :

- a. Motorcycle (sepeda motor )
- b. Kendaraan roda tiga ( bemo )
- c. Mobil ( beroda 4/ lebih )

Dilihat dari jenis mobil sendiri terdiri dari<sup>14</sup>:

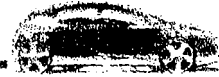
1. Automobile : sedan, jeep, station wagon/ van, dan sport car

---

<sup>12</sup> Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka 1991

<sup>13</sup> Van Hoeve, Iktiar Baru, Ensiklopedia Indonesia Jakarta 1982

<sup>14</sup> Boddell, Automotive Fundamentals



2. Commercial car : ambulance, sedan delivery, pick up
3. Truck : van, dump, stake
4. Buses : intercity buses, city sub urban buses, special buses

### 2.1.3. Klasifikasi Kendaraan Berdasar Segmen Pasar

Pasar industri otomotif terbagi menjadi dua segmen<sup>15</sup> yaitu :

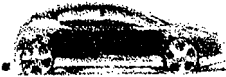
1. Kendaraan penumpang/ sedan ( passenger car ) terdiri dari :
  - Low segmen : Classy, Starlet, Esteem, Baleno, Honda City.
  - Mid segmen : Corolla, Peugeot 306, Lancer, Lantis.
  - Hi-segmen : BMW 318/323, Mercedes-Benz C200, Peugeot 406, Corona Volvo 850.
2. Kendaraan komersial ( commercial car ) terdiri dari :
  - Kategori I (Multi Purpose Vehicle) :
    - a) Mobil mini pick up : Zebra, Carry, Futura, Colt T120
    - b) Kendaraan Serbaguna : Kijang, Panther, Katana, Van Trend Mazda, Blazer, Sidekick.
    - c) Pick Up : L300
  - Kategori II (Kendaraan niaga ringan/ truk ringan) : Elf, Dyna
  - Kategori III (Kendaraan Niaga/ truk menengah) : Nissan, Hino, Isuzu, Mitsubishi.
  - Kategori IV : Rocky, Wrangler, Trooper, Cherokee, Land Cruiser
  - Kategori V (Truk berat) : Mitsubishi, Nissan, Isuzu, Hino.

### 2.1.4. Jenis Kegiatan Otomotif

Berbagai jenis kegiatan otomotif tidak hanya menyangkut masalah teknis saja. Akan tetapi kegiatan diluar teknis justru mempunyai peranan yang lebih besar. Berbagai kegiatan tersebut dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yang telah diambil dari beberapa referensi antara lain sebagai berikut<sup>16</sup> :

<sup>15</sup> Otomotif, No. 41/VI 17 Pebruari 1997

<sup>16</sup> Aris Sulistyanto, JTA, UII 2002



## 1. Kegiatan Teknis

Kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui prinsip kerja mesin mobil. Suatu mobil memiliki konstruksi yang terdiri dari 7 bagian utama, antara lain mesin, transmisi, suspensi, roda dan ban, rem, kelistrikan, kemudi, dan bodi mobil<sup>17</sup>. Kinerja dari masing-masing bagian ini perlu dijaga untuk menghindari mobil dari kerusakan teknis. Sehingga umur mobil dapat lebih panjang dan dapat dicegah kerusakannya terlebih dahulu.

## 2. Kegiatan Non-teknis

Kegiatan ini lebih banyak berhubungan dengan permasalahan perawatan diluar kegiatan teknis/ mekanik. Kegiatan ini bertujuan untuk menjaga kondisi interior dan eksterior mobil dengan cara pencucian atau memodifikasinya.

## 3. Kegiatan olahraga

Kegiatan olahraga otomotif khususnya yang berhubungan dengan mobil memiliki banyak jenis/ macamnya. Olahraga tersebut seperti rally, drag race, offroad, balap turing yang memiliki agenda tetap dalam penyelenggaraannya.

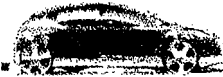
## 4. Kegiatan Sosial

Kegiatan ini merupakan tempat sosialisasi para penggemar otomotif dengan cara membentuk suatu klub-klub yang terdiri dari kesamaan jenis kendaraan yang dipakai. Kegiatan ini juga sering mengadakan aksi social kemasyarakatan seperti yang dilakukan para offroader yang menolong para korban banjir yang melanda Jakarta.

## 5. Kegiatan Hiburan

Otomotif tidak dapat lepas dari dunia entertainment yang memang mengangkat dan membesarkannya. Otomotif diangkat dalam dunia hiburan dikemas dengan cara menjadikannya suatu tontonan yang menarik seperti film, game dan periklanan. Film yang berhubungan dengan otomotif seperti *The Fast And The Furious* yang bercerita tentang balap

<sup>17</sup> RS. Northop, Service Otomobil



jalanan dan *Driven* yang mengangkat cerita balap CART di Amerika. Otomotif juga menjadi ajang iklan bagi berbagai produk yang belum tentu produk tersebut berhubungan dengan otomotif. Hal ini dapat dilihat pada setiap event yang pasti dibanjiri iklan/ sponsor sampai pada badan mobil yang akan berlaga tidak luput dari pemasangan iklan.

Selain itu dari segi yang lain kini marak adanya café yang menonjolkan/ mengkhususkan hiburan yang berhubungan dengan otomotif. Seperti penayangan berbagai balapan dunia ditayangkan secara langsung dan dipenuhi oleh hadiah.

#### 6. Kegiatan Seni

Kegiatan ini berhubungan dengan koleksi mobil/ kendaraan antik seperti yang terdapat pada museum otomotif di Sirkuit Sentul.

#### 7. Kegiatan Perdagangan

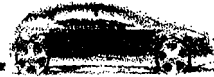
Perdagangan merupakan peran yang sangat besar dalam mendongkrak nilai penjualan. Acara-acara pameran dan launching produk baru selalu dilakukan untuk menarik konsumen. Seperti yang terjadi di gedung Jogja Expo Center pada tanggal 2 November 2002 dalam acara Yogya Auto Expo yang melakukan launching produk terbaru Suzuki Aerio yang dikombinasikan dengan peragaan busana dan tarian tradisional untuk menunjukkan bahwa produk mereka cocok untuk semua segmen.

#### 8. Kegiatan Pendidikan

Pendidikan disini terdiri dari pendidikan teknis dan diluar teknis. Pendidikan teknis bertujuan untuk menciptakan mekanik-mekanik handal seperti yang ada pada Akademi Otomotif Nasional di daerah Maguwoharjo. Sedangkan pendidikan diluar teknis lebih bertujuan menciptakan keahlian dalam berkendara, seperti yang dilakukan Star Safety and Speed Club<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> www.Otomotif-online.com



## 2.2. Tinjauan Mall

### 2.2.1. Pengertian Mall

Mall adalah tempat untuk berjalan-jalan yang dipagar<sup>19</sup>. Pendapat lain mengungkapkan sebagai sebuah jalur pertokoan untuk pejalan kaki ( A pedestriannised shopping street ), yang dinuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah daripada arcade<sup>20</sup>. Mall secara umum memiliki pengertian pewadahan kegiatan komersial dengan publik space yang dirancang khusus pejalan kaki, dengan deretan toko di sepanjang sisi jalan, tempat melakukan aktivitas, belanja, atau sekedar berjalan-jalan menikmati suasana.

### 2.2.2. Klasifikasi Mall sebagai Pusat Perbelanjaan Otomotif

Karakter dasar dari mall otomotif ini adalah shopping mall yang terdiri dari<sup>21</sup>

#### 1. Mall terbuka

Mall tanpa penutup dengan keuntungan kesan yang ditimbulkan luas. Kesulitannya dalam kontrol iklim yang sangat berpengaruh dalam kenyamanan.

#### 2. Mall tertutup

Mall dengan pelingkup

#### 3. Komposit mall

Gabungan dari kedua jenis mall diatas. Dapat diterapkan pada mall otomotif.

### 2.2.3. Klasifikasi Mall Berdasarkan Bentuk Fisik<sup>22</sup>

#### 1. Shopping street

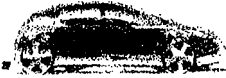
<sup>19</sup> Kamus Besar Indonesia 1989, Depdikbud RI, Balai Pustaka, Hal 107

<sup>20</sup> Rinorthen, 1997, Shopping Centres a Developer of Estate Management, hal 4 -10

<sup>21</sup> Nadine Bendington, Design for Shopping Centre, Butterworth Design Series 1982

<sup>22</sup> Ibid





Toko yang berjajar disepanjang jalan dan membentuk pola pita

## 2. Shopping center

Kompleks pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual.

### 3. Departemen store

Toko besar terdiri dari beberapa lantai yang menjual bermacam-macam barang. Perletakan barang memiliki tata letak khusus untuk memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. luas lantai berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m<sup>2</sup>.

### 4. Supermarket

Toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan system selfservice dengan luas area berkisar 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

### 5. Departemen store dan supermarket

Gabungan dari kedua jenis perbelanjaan diatas.

### 6. Super store

Toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan dengan system self service dengan luas berkisar 5.000 s/d 7.000 m<sup>2</sup>.

## 2.2.4. Klasifikasi Mall Berdasarkan Variasi Barang Yang Dijual<sup>23</sup>

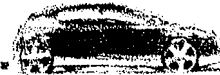
### 1. Specially shop

Toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya toko obat, toko sepatu, toko kacamata dan sebagainya.

### 2. Variety Shop

Toko yang menjual berbagai macam barang seperti toko kelontong.

<sup>23</sup> Victor Gruen, Shopping town USA, The Planning of Shopping Centers, 1960



## 2.3. Tinjauan Mall

### 2.3.1. Pengertian Auto Mall

Dari pengertian otomotif dan mall diatas, didapatkan pengertian dari auto mall disini adalah suatu tempat kegiatan komersial untuk melakukan aktivitas, belanja, atau sekedar berjalan-jalan (rekreasi) yang berkaitan dengan aktivitas mobil.

### 2.3.2. Fungsi Auto Mall

Auto mall berfungsi sebagai tempat aktifitas jual beli, pameran, bengkel yang berhubungan dengan mobil dalam segala hal. Jual beli disini terdiri dari jual beli onderdil dan barang pendukung otomotif, promosi penjualan (showroom) mobil, service dan modifikasi. Selain itu auto mall juga berfungsi sebagai tempat rekreasi yang dibutuhkan masyarakat diwaktu senggang. Masyarakat penyuka otomotif lebih ke arah hobi dalam menangani hal-hal tersebut. Para pehobi tersebut dalam melakukan kegiatannya tidak mempersoalkan untung rugi yang didapat. Karena menurut mereka suatu kepuasan tidak dapat dinilai dengan uang.<sup>24</sup>

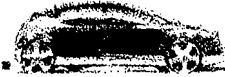
Promosi penjualan dalam hal ini berbentuk showroom mempunyai pengertian sebagai tempat dimana perusahaan memperagakan dan menjual hasil produksinya.<sup>25</sup> Showroom mobil merupakan tempat untuk menampilkan dan memamerkan mobil dengan tujuan ekonomis (perdagangan mobil), dan berfungsi merepresentasikan secara fisik tentang image merek yang tertangkap oleh indera konsumen.<sup>26</sup> Showroom harus terletak diposisi yang tidak menghalangi pandangan sehingga dapat menarik perhatian orang yang lewat. Hal ini akan memberi kesan pada orang yang lewat saat melihat mobil yang dipamerkan.

Service dan modifikasi yang diwadahi dalam bengkel mempunyai pengertian sebagai tempat perawatan guna menjaga keawetan mobil dan

<sup>24</sup> Majalah MOTOR Edisi khusus No. 53/VIII 13-26 September 1997

<sup>25</sup> David moon, shop and planning design, London The Architecture press. 1981

<sup>26</sup> Joseph De Chiara & John Callender, Time Saver Standard



perbaikan guna memperbaiki segala sesuatu yang rusak pada mobil. Modifikasi merupakan kegiatan dimana konsumen dapat mengubah dan meningkatkan performa, penampilan, hingga fungsinya. Modifikasi terdiri dari modifikasi interior, eksterior, dan mesin. Modifikasi dapat meminimalisir kebosanan terhadap mobilnya. Terutama untuk pehobi otomotif, yang selalu tidak puas dengan apa yang ada pada produk standar. Mereka tidak mempersoalkan harga asalkan barang yang mereka cari cocok dan sesuai dengan selera. Kegiatan perbengkelan termasuk kegiatan perawatan yang terdiri dari kegiatan teknis dan non teknis. Kegiatan tersebut dapat dirinci sebagai berikut :

1. Teknis Perawatan yang berhubungan dengan masalah mekanik seperti mesin, transmisi suspensi, roda, system pengereman, kelistrikan, kemudi dan bodi. Perawatan teknis dapat dibagi lagi menjadi :<sup>27</sup>

a. Perawatan ringan

Mencakup perawatan yang dapat dilakukan dalam waktu singkat. Kegiatan ini meliputi pengecekan busi, saringan bensin, platina, kompresi kendaraan, kelistrikan system pengereman, suspensi dan penggantian oli.

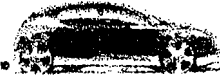
b. Perawatan berat

Perawatan yang membutuhkan waktu lama karena kerusakan yang diderita cukup parah dan harus diperbaiki secara menyeluruh. Kerusakan yang terjadi biasanya berada didalam mesin kendaraan sehingga memakan waktu lama. Perawatan berat mencakup overhaul ganti kampas kopling, ganti mekanisme persneleng.

2. Non Teknis

Perawatan diluar masalah teknis seperti perawatan interior dan eksterior.

<sup>27</sup> RS. Northop, Service Otomobil



### 2.3.3. Karakter Kegiatan

Dari berbagai pengertian diatas, maka karakter kegiatan dapat dibagi menjadi dua yaitu :

#### 1. Kegiatan utama

Kegiatan utama adalah kegiatan yang menjadi focus utama sebagai fungsi kegiatan berdasarkan judul meliputi kegiatan :

##### a. Promosi penjualan (showroom)

Kegiatan ini terdiri dari dua jenis. Yang pertama sifatnya tetap atau permanen yang diisi oleh pihak ATPM, dan yang kedua adalah yang sifatnya temporer dengan memanfaatkan atrium mall.

##### b. Service dan modifikasi

Kegiatan yang memfasilitasi perbaikan dan perawatan mobil ketika pengunjung datang dan ingin melakukannya sebagai hobby atau pun memang sebagai keharusan.

##### c. Jual beli onderdil dan aksesoris

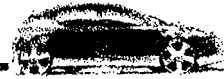
Kegiatan ini merupakan kegiatan pelengkap dari service dan modifikasi. Barang-barang yang dicari untuk service atau modifikasi dapat ditemukan disini.

#### 2. Kegiatan penunjang

Kegiatan penunjang adalah kegiatan yang mendukung atau menunjang kegiatan utama. Kegiatan tersebut antara lain :

##### a. Test Drive

Kegiatan ini menunjang kegiatan perbengkelan dan promosi penjualan. Mobil setelah di perbaiki atau dimodifikasi perlu diuji coba jalan apakah telah sesuai dengan selera konsumen. Untuk dibagian promosi penjualan mobil, test drive berfungsi untuk mencoba produk yang ditawarkan. Apakah produk yang



ditawarkan sesuai dengan selera konsumen dan sesuai dengan yang diiklankan.

#### b. Rekreasi

Rekreasi adalah tindakan atau kegiatan yang dilakukan sendiri atau bersama orang lain untuk menciptakan kembali suasana baru kesibukan-kesibukan yang menyenangkan, hiburan pelengah waktu dan kesenangan. Rekreasi merupakan kebutuhan manusia yang mempunyai perilaku sebagai suatu pelepasan atau curahan yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari. Ruang penunjang kegiatan ini meliputi :

- Café

Ruang yang dipilih untuk tempat beristirahat pengunjung.

- Game center

Kegiatan yang bersifat menghibur konsumen sehingga pengunjung yang lelah atau bosan setelah berkeliling melihat-lihat dapat menghibur dirinya dengan bermain game.

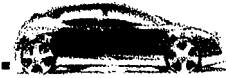
- Ruang klub otomotif

Ruang ini berfungsi untuk tempat klub/ team otomotif melakukan berbagai kegiatannya. Diantara kegiatan tersebut dapat berupa ruang sekretariat, ruang pameran klub, maupun ruang promosi kegiatan mereka.

### 2.3.4. Bentuk Aktivitas

#### 1. Promosi penjualan mobil

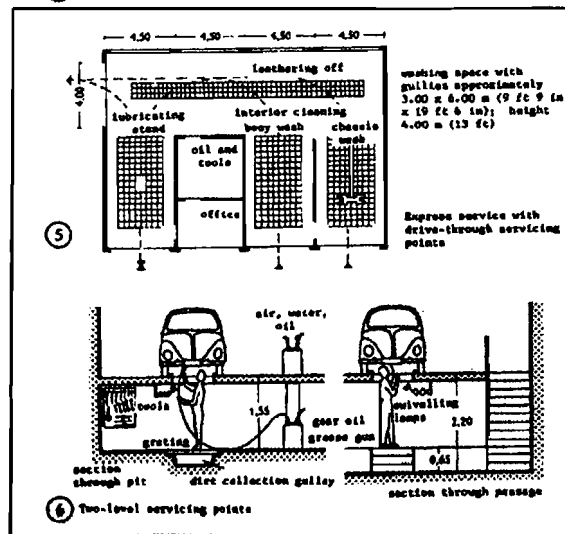
Bentuk kegiatan yang terjadi adalah memamerkan produk mobil yang ingin dijual dan diperkenalkan kepada masyarakat. Pengunjung datang dengan tujuan melihat-lihat yang pada akhirnya akan mengarah ketujuan membeli produk tersebut.



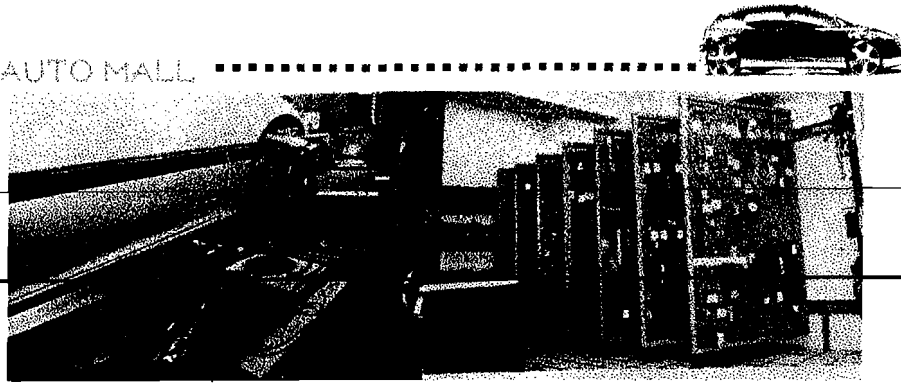
Gambar 1. Kegiatan pameran/ promosi

2. Service dan modifikasi (perbengkelan)

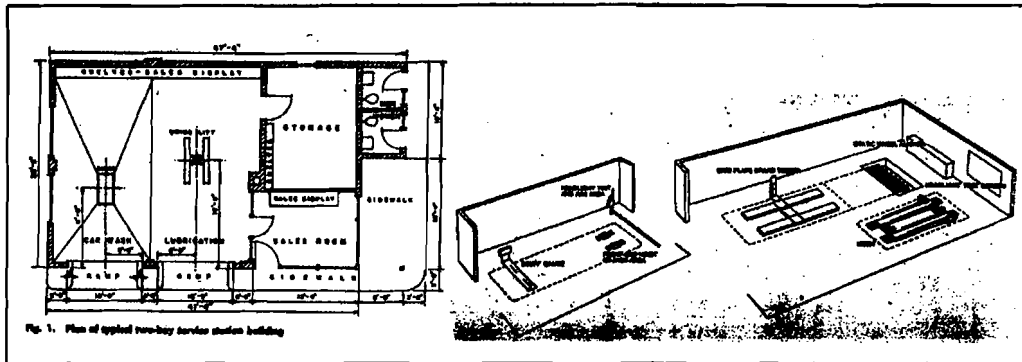
Bentuk kegiatan yang terjadi adalah bersifat teknis. Kegiatan ini mencakup perbaikan dan modifikasi atau penggantian bagian-bagian mobil. Konsumen datang membawa mobilnya untuk diperbaiki atau dimodifikasi sesuai dengan permintaannya. Dampak dari kegiatan ini adalah timbulnya kebisingan yang dapat mengganggu kegiatan lainnya.



Gambar 2. Kegiatan perbengkelan  
Sumber : Neufert Architec Data



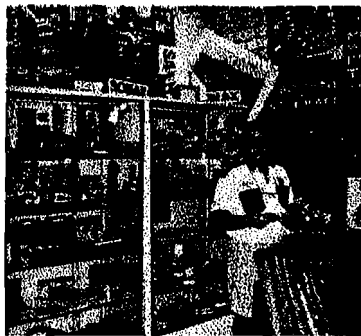
Gambar 3. Kegiatan spooring dan ruang tool-kit



Gambar 4. Layout ruang bengkel  
Sumber : Neufert Architec Data

### 3. Penjualan onderdil dan aksesoris

Kegiatan ini merupakan kegiatan berbelanja dengan konsep seperti pusat perbelanjaan biasa. Pengunjung yang datang dapat mencari dan membeli barang yang dicarinya dengan system self service ataupun pelayanan. Pengunjung dapat juga mencari berbagai aksesoris/ merchandise yang menjadi koleksinya.



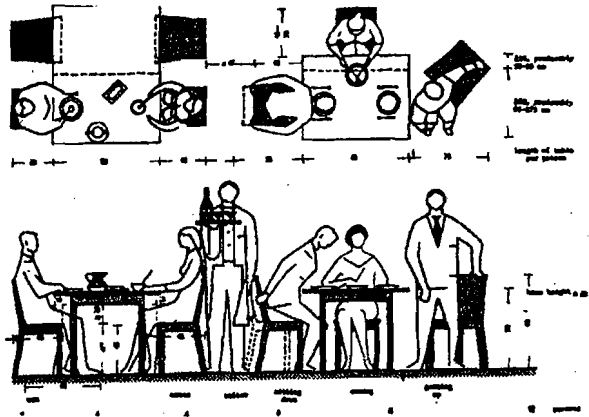
Gambar 5. Toko merchandise  
Sumber: Panduan F1 2002 (Otosport)



Gambar 6. Toko onderdil  
 Sumber: Tabloid Otoport No. 16/III Sabtu 27 Juli 2002

4. Café

Bentuk kegiatan yang melayani kegiatan beristirahat pengunjung dan tempat bersantai. Tempat diadakannya acara bernuansa otomotif seperti nonton siaran langsung lomba balap dunia.

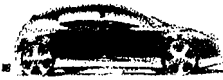


Gambar 7. Kegiatan yang terjadi didalam cafe  
 Sumber : Neufert Architec Data



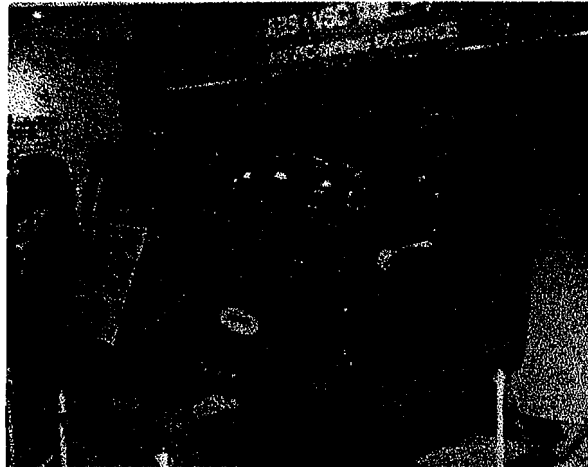
Gambar 8. Kegiatan nonton bareng  
 Sumber: Tabloid Otoport No.16/III Sabtu 27 Juli 2002





### 5. Game center

Pada game center ini terjadi kegiatan rekreasi dengan bermain game animasi dan sejenisnya yang bernuansa otomotif. Pada ruang ini juga dapat dilakukan test drive secara animasi untuk mobil yang mungkin masih berupa rancangan.



Gambar 9. Mesin simulasi test drive

Sumber : Tabloid Otosport No. 30/II Sabtu 3 November 2001

### 6. Klub otomotif

Klub otomotif merupakan suatu perkumpulan penggemar otomotif yang menyukai jenis kendaraan yang sama. Dari klub ini dapat terjalin suatu kegiatan yang sifatnya dapat beraneka ragam seperti olahraga, perdagangan, kegiatan social dan lain-lain. Salah satu contoh adalah kegiatan Rockcrawling Championship I yang dilaksanakan di Ruko Sentra Menteng Bintaro Jaya Sektor VII Tangerang, yang diselenggarakan oleh Rockcrawler Association Indonesia (RCAI)<sup>14</sup> Tujuan diadakan dikawasan pertokoan adalah untuk mendapat perhatian dari masyarakat luas, dan menarik sponsor atau iklan.

<sup>14</sup> Tabloid Otosport No. 17/III 3 Agustus 2002



Gambar 10. Olahraga rockcrawling  
Sumber : Tabloid Otosport No. 17/III Sabtu 3 Agustus 2002

## 2.4. Tinjauan Tata Ruang

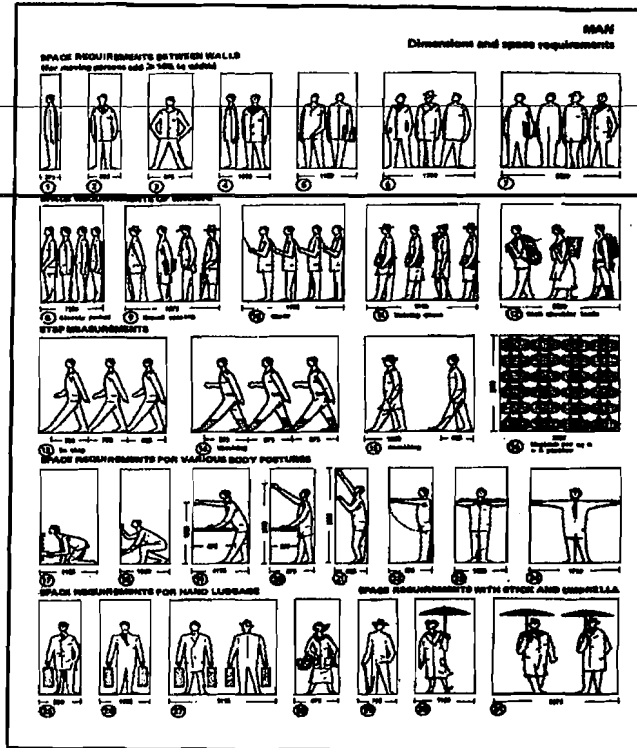
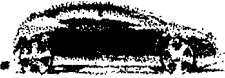
### 2.4.1. Tata Ruang Dalam

Ruang diciptakan untuk menampung berbagai fungsi dan aktivitas. Aktivitas yang berbagai jenis akan mengakibatkan terjadinya sifat dan dimensi ruang yang berbeda.<sup>28</sup> Ruang terbentuk dari unsur titik, garis dan bidang.<sup>29</sup> Ruang merupakan bidang yang diperluas dan memiliki panjang lebar dan tinggi, bentuk, permukaan serta orientasi. Ruang juga bisa tercipta dari batasan-batasan visual, dan juga dapat tercipta dengan penggunaan batas fisik seperti vertikal (dinding), batasan horizontal (atap dan lantai).

Ruang untuk manusia, barang dan kendaraan memiliki ukuran dan sifat yang berbeda-beda. Jenis kegiatan manusia sangat mempengaruhi ruang yang terbentuk. Sedangkan ruang untuk barang dan kendaraan tergantung pada besar ukuran barang tersebut. Manusia dalam bergerak sendiri, berkelompok atau beraktifitas memiliki ukuran berbeda-beda.

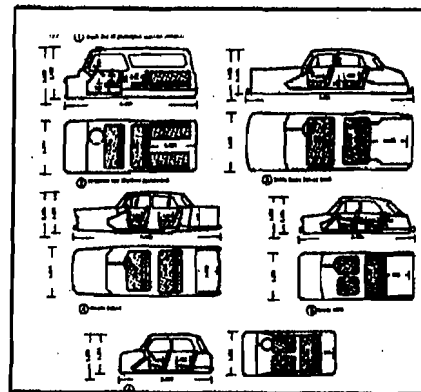
<sup>28</sup> Ir. Setyo Soetjadi Soepadi, Anatomi Denah

<sup>29</sup> Francis D.K. Ching, Arsitektur Bentuk Ruang dan Susunannya



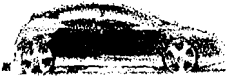
Gambar 11. Berbagai ukuran gerak manusia  
 Sumber : Neufert Architec Data

Sedangkan untuk kendaraan dalam hal ini mobil memiliki ukuran yang standar sehingga dapat ditentukan besar ruang yang dibutuhkan. Ukuran ini sangat dipengaruhi bentuk dan jenis mobil.



Gambar 12. Ukuran besar mobil  
 Sumber : Neufert Architec Data

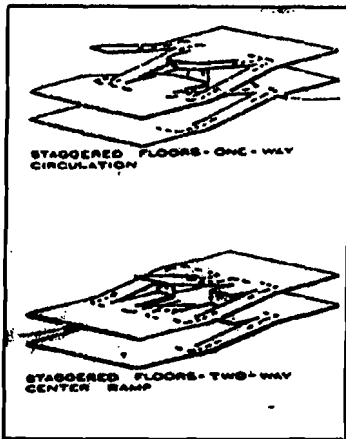
Auto mall menerapkan jenis departemen store dan specially shop dalam hal ini barang-barang otomotif dengan konsep *one stop service*. Dimana pengunjung dapat menemukan apa yang mereka cari disini.



## 2.4.2. Tata Sirkulasi

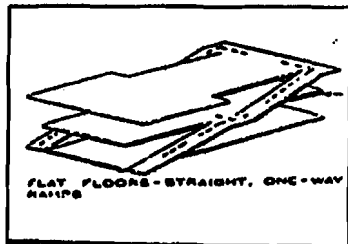
Prinsip sirkulasi ruang menggunakan sirkulasi yang mampu memunculkan arah pergerakan pengunjung yang dapat melewati semua bagian ruang tertentu yang ada. Dengan sirkulasi demikian diharapkan semua bagian ruang mendapat perhatian yang sama dari pengunjung. Khusus kendaraan beroda dalam hal ini mobil, membutuhkan suatu sirkulasi vertical untuk mencapai ketinggian per lantai. Sistem sirkulasi seperti ini menggunakan jenis sirkulasi ramp yang memiliki beberapa kategori sebagai berikut :<sup>30</sup>

### 1. Staggered floors-one & two- way circulation



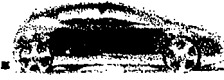
Luas lantai yang berbeda menjadikan ramp yang terbentuk memiliki keleluasaan yang cukup untuk bergerak dan berputar.

### 2. Flat floor straight one-way ramp

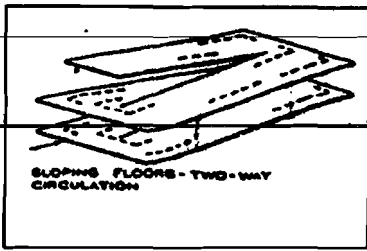


Ramp ini mampu menghasilkan keleluasaan pergerakan yang terbatas pada ketinggian 2-3 lantai saja.

<sup>30</sup> Joseph De Chiara & John Callender, Time Saver Standard for Building Types 3<sup>rd</sup> Edition

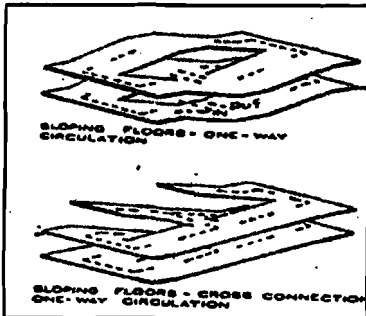


3. Sloping floor two-way circulation



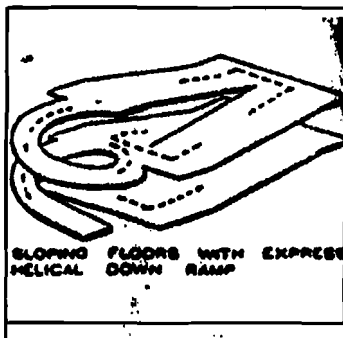
Memiliki segi ekonomis yang tinggi untuk penataan mobil dengan konfigurasi 90 derajat sehingga tidak memerlukan banyak ruang.

4. Sloping floor one-way circulation



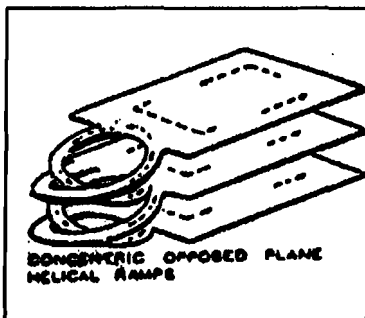
Nilai ekonomis diperoleh untuk bangunan yang memanjang. Kemudahan keluar masuk dapat dilakukan karena dimungkinkan membuat pintu lebih dari satu.

5. Sloping floor with express helican down ramp

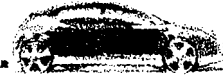


Sistem ini dipergunakan untuk penataan mobil yang sempit. Perputaran ramp mempermudah keluarnya mobil.

6. Concentric opposed plane helican ramp



Tersedia dua jalur yang berbeda sehingga memudahkan untuk melalui jalur yang tepat.



Sistem sirkulasi sangat erat hubungannya dengan pola penempatan aktifitas sehingga merupakan pergerakan dari ruang satu ke ruang lain yang dapat mempengaruhi kenyamanan<sup>31</sup>.

Bentuk ruang sirkulasi dapat mempengaruhi gerak manusia pada waktu berkeliling. Bentuk-bentuk tersebut dapat dibagi menjadi :

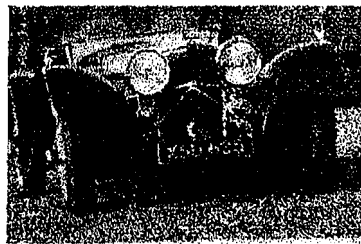
No.	BENTUK	CIRI-CIRI
1.	Tertutup	Membentuk koridor yang berkaitan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui pintu-pintu masuk pada bidang dinding
2.	Terbuka satu sisi	Memberi kontinuitas visual/ruang dengan ruang-ruang
3.	Terbuka dua sisi	Terjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya

Tabel 2. Bentuk ruang sirkulasi  
Sumber : Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Susunannya

## 2.5. Tinjauan Bentuk dan Penampilan Bangunan Otomotif

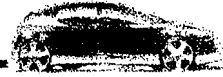
Sebagai sebuah bangunan otomotif, Auto Mall ini harus dapat mencerminkan karakter kegiatan yang diwadahnya. Agar dapat mencerminkan hal tersebut, maka perlu suatu tinjauan bentuk dari otomotif itu sendiri. Otomotif dalam hal ini adalah mobil pribadi mempunyai ciri-ciri tersebut antara lain seperti klasik, eksklusif (mewah) dan sporty.

Kesan klasik timbul dari jenis kendaraan atau mobil antik yang telah berusia puluhan tahun. Jenis ini memiliki ciri khas sebagai era awal munculnya mobil.

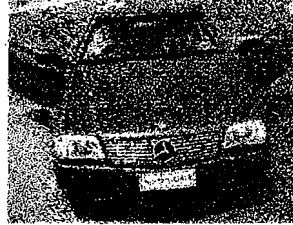


Gambar 13.  
Jenis mobil klasik Jaguar SS 100.

<sup>31</sup> Rustam Hakim, Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap

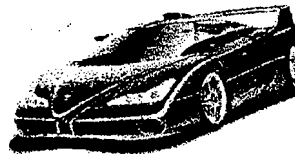


Kesan eksklusif (mewah) didapatkan pada mobil yang memiliki kualitas tinggi dan diperkuat dengan interior yang berdesain lengkap dan mewah. Mobil jenis ini banyak ditemui dijamin sekarang, yang juga telah banyak dimanfaatkan menjadi mobil kantor (office car).



Gambar 14. Jenis mobil eksklusif

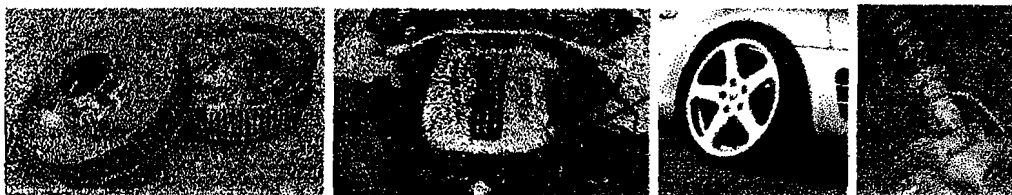
Untuk kesan sporty didapatkan dari jenis mobil yang bentuknya mengadopsi mobil balap, dan dilengkapi berbagai aplikasi teknologi dari mobil balap itu sendiri. Mobil jenis sport biasanya tidak memiliki sudut (*streamline*) untuk meningkatkan aspek aerodinamis pada mobil.



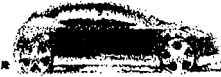
KHARISMA

Gambar 15. Mobil jenis sport

Dalam otomotif sendiri memiliki berbagai unsure yang menjadi bagian khas dari suatu mobil, seperti mesin, suspensi, roda dan ban, kemudi, airfilter, bodi/ rangka mobil.



Gambar 16. Bagian-bagian otomotif

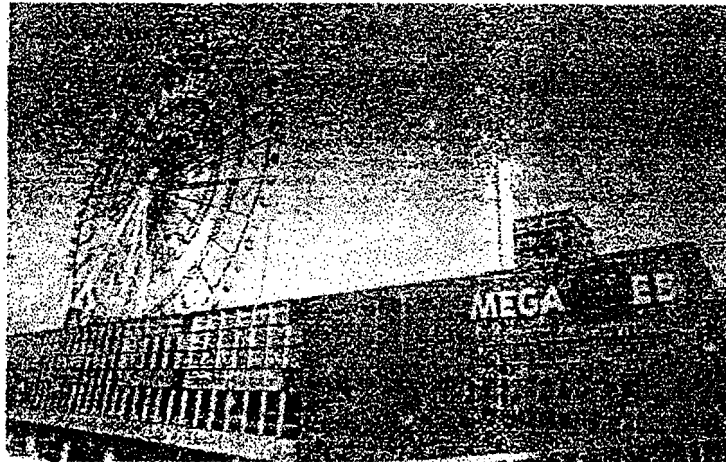


Berbagai unsur mobil diatas, dianalogikan menjadi satu kesatuan yang dapat mengungkapkan karakter otomotif. Dengan demikian diharapkan masyarakat dapat menangkap karakter otomotif yang tercipta dalam bangunan mall otomotif.

Contoh bangunan komersial otomotif :

1. Mega Web Toyota City Show Car

Bangunan sarana rekreasi otomotif yang terletak di Tokyo Jepang. Bangunan ini memiliki fasilitas exhibition room, game center, dan sirkuit mini sebagai area test drive yang terletak dalam bangunan. Dari luar bangunan ini kurang mencerminkan karakter kegiatan yang diwadahnya. Adanya ramp yang panjang sedikit menambah kesan bangunan.



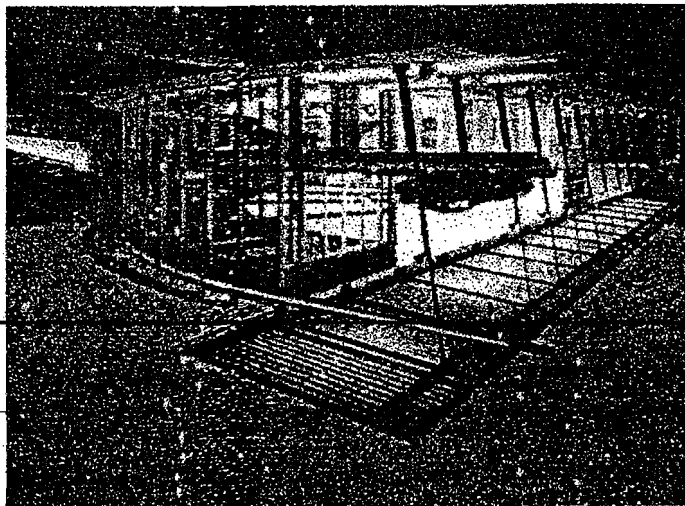
Gambar 17. Mega Web Toyota City Sho Car Tokyo Japan  
Sumber : Otomotif No. 27/IX/1999

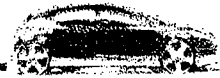
2. Mazda Lief Show Room and Service Center

Bangunan untuk fasilitas promosi dan dealer dilengkapi dengan berbagai fasilitas pelayanan servis perawatan. Bangunan ini terletak di Wind Hotel Austria. Yang menarik dari bangunan ini adalah adanya mobil yang dipajang dibagian depan dengan ramp yang panjang dan berada memutar bangunan.



Gambar 18. Mazda Lief Show Room and Service Center  
Sumber : The New Austrian Architecture





## Bab 3

### Auto Mall di Jogjakarta

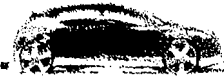
Pada bab 3 ini akan di bahas analisa mengenai auto mall di Jogjakarta yang terdiri dari :

- a. Analisa program kegiatan
- b. Analisa peruangan
- c. Analisa tata ruang
- d. Analisa bentuk dan penampilan bangunan

Dalam menyelesaikan analisa program kegiatan, pertama-tama disebutkan jenis kegiatan yang terjadi pada bangunan ini. Setelah diketahui jenis kegiatannya kemudian dianalisa pelaku dan pola kegiatan yang terjadi untuk mendapatkan struktur organisasi dan organisasi ruang. Organisasi ruang mempengaruhi tahap-tahap analisa selanjutnya.

Setelah diketahui dan didapatkan organisasi ruang, maka dilanjutkan analisa peruangan yang diawali dengan persyaratan ruang untuk dapat mengetahui kebutuhan dan besaran ruang. Besaran ruang didapatkan dari survei literatur dan data yang digabungkan dengan asumsi dari persyaratan ruang. Analisa hubungan ruang terjadi setelah kebutuhan ruang dan besaran ruang dapat ditentukan dan dicocokkan dengan organisasi ruang yang telah ada.

Penataan ruang dalam yang terdiri dari ruang-ruang kegiatan dan sirkulasi dianalisa melalui tahaptahap analisa sebelumnya. Penataan ruang-ruang dapat dilakukan dengan melihat organisasi ruang dan besaran ruang yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu juga memperhatikan jenis-jenis kegiatan yang terjadi. Sirkulasi merupakan salah satu penataan ruang dalam yang turut dianalisa, terutama sirkulasi mobil dalam mencapai lantai-lantai yang lebih tinggi. Dalam hal ini sirkulasi yang dipakai menggunakan ramp dengan memperhatikan standar yang ada dan besaran mobil yang akan melaluinya.



Dalam menyelesaikan masalah bentuk dan penampilan bangunan otomotif, dilakukan cara dengan memahami komponen-komponen yang terdapat dalam mobil. Komponen-komponen tersebut dipilih yang mencerminkan karakter otomotif dan dapat dikenal oleh masyarakat umum. Faktor pendukung lainnya adalah menganalisa penampilan bangunan khususnya pada struktur dan bahan bangunan yang dapat menjelaskan dan mendukung fungsi bangunan.

### 3.1. Jogja Auto Mall

#### 3.1.1. Pengertian Jogja Auto Mall

Jogja Auto Mall merupakan suatu tempat kegiatan komersial untuk melakukan aktivitas, belanja atau sekedar berjalan-jalan (rekreasi) yang berkaitan dengan aktivitas mobil, yang meliputi antara lain kegiatan showroom, bengkel, penjualan barang, dan lain-lain sehingga masyarakat bisa mendapatkan berbagai barang atau kebutuhan otomotifnya disini.

#### 3.1.2. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan pada fasilitas ini meliputi :

1. Kegiatan promosi penjualan mobil
2. Kegiatan penjualan onderdil dan aksesoris
3. Kegiatan service dan modifikasi ( perbengkelan )
4. Kegiatan test drive
5. Kegiatan rekreasi

Dalam Jogja Auto Mall ini kegiatan promosi penjualan mobil, penjualan onderdil dan aksesoris serta kegiatan service dan modifikasi merupakan kegiatan utama yang dibahas dalam porsi yang lebih besar. Sedangkan kegiatan lainnya bersifat sebagai kegiatan pendukung.

1. Kegiatan promosi penjualan ( showroom )

Kegiatan yang dilakukan meliputi pameran serta melayani penjualan mobil yang dikelola oleh ATPM ( Agen Tunggal Pemegang Merek ). Produk yang



ditawarkan dapat berupa produk baru atau produk yang memang ingin ditawarkan pada masyarakat sebagai konsumennya.

## 2. Kegiatan penjualan onderdil dan aksesoris

Kegiatan yang dilakukan meliputi penyediaan berbagai macam onderdil dari jenis yang besar sampai dengan yang kecil. Untuk aksesoris meliputi barang-barang pendukung penampilan mobil serta barang-barang yang tidak berhubungan langsung dengan mobil akan tetapi bernuansa otomotif.

Barang pendukung penampilan mobil antara lain :

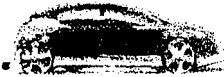
- Velg racing
- Ban
- Body kit
- Audio
- Barang-barang pendukung interior

Barang yang tidak berhubungan langsung dengan mobil :

- Pernak-pernik / merchandise otomotif ( miniatur mobil, baju bernuansa otomotif, dll )
- Baju balap / perlengkapan balap
- Mainan-mainan otomotif
- dll

## 3. Kegiatan service dan modifikasi ( perbengkelan )

Kegiatan yang meliputi perawatan dan perbaikan mobil. Modifikasi mobil dimaksudkan untuk memperindah penampilan mobil sesuai keinginan pemiliknya. Kegiatan yang terjadi termasuk express service dimana konsumen dapat menunggu saat mobilnya diperbaiki karena proses yang tidak memakan waktu lama.



#### 4. Kegiatan test drive

Kegiatan yang dilakukan meliputi uji coba layak jalan kendaraan / mobil.

Kegiatan ini merupakan kegiatan pendukung yang memiliki area terpisah sehingga tidak mengganggu aktifitas dalam bangunan. Kegiatan uji coba yang dilakukan meliputi :

- Uji coba kendaraan baru yang ditawarkan ATPM
- Uji coba jalan setelah perawatan / perbaikan
- Uji coba setingan performa kendaraan setelah dimodifikasi

#### 5. Kegiatan rekreasi

Merupakan kegiatan pendukung dalam mall. Semua kegiatan dan ruang-ruang yang ada menjadi tempat rekreasi bagi pengunjung yang datang, baik membeli barang maupun hanya sekedar berjalan-jalan. Untuk memperkuat kegiatan rekreasi ini didukung kegiatan seperti :

- Café / restoran yang bernuansa otomotif
- Game center khusus permainan otomotif
- Ruang-ruang klub otomotif
- dll

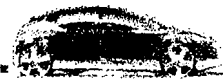
Selain itu masih terdapat kegiatan administrasi dan pelayanan yaitu kegiatan yang mengatur dan mendukung jalannya kelima kegiatan diatas.

### 3.1.3. Pelaku dan Pola Kegiatan

Pelaku dan pola kegiatan didasarkan pada pembagian jenis kegiatan diatas yaitu :

#### 1. Kegiatan promosi penjualan

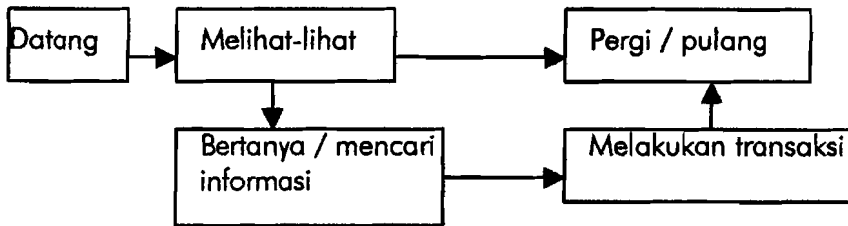
Pelaku kegiatan meliputi :



- Pihak ATPM



- Pengunjung / konsumen



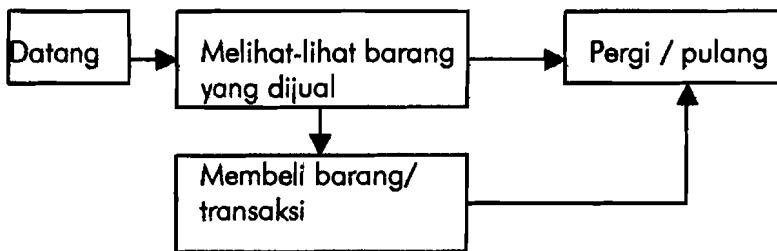
2. Kegiatan penjualan onderdil dan aksesoris

Pelaku kegiatan meliputi :

- Penjual

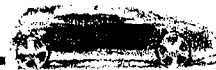


- Konsumen

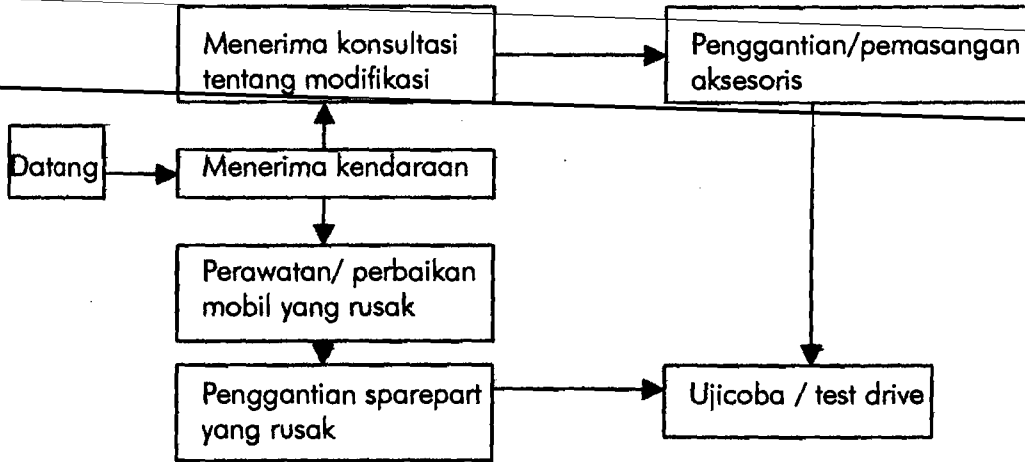


3. Kegiatan service dan modifikasi

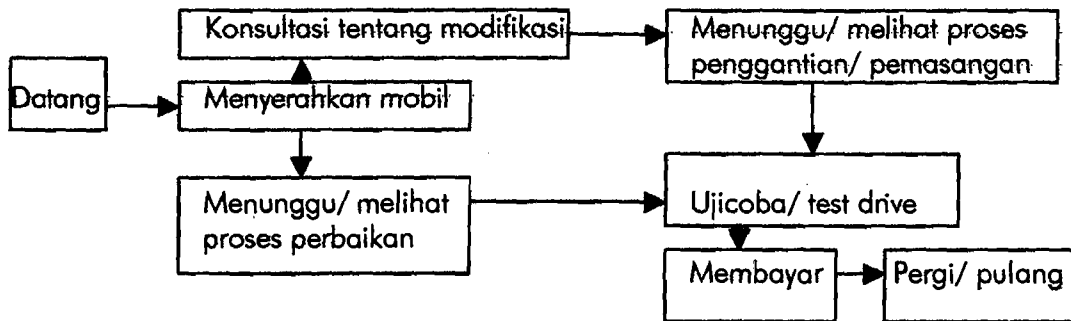
Pelaku kegiatan meliputi :



- Mekanik



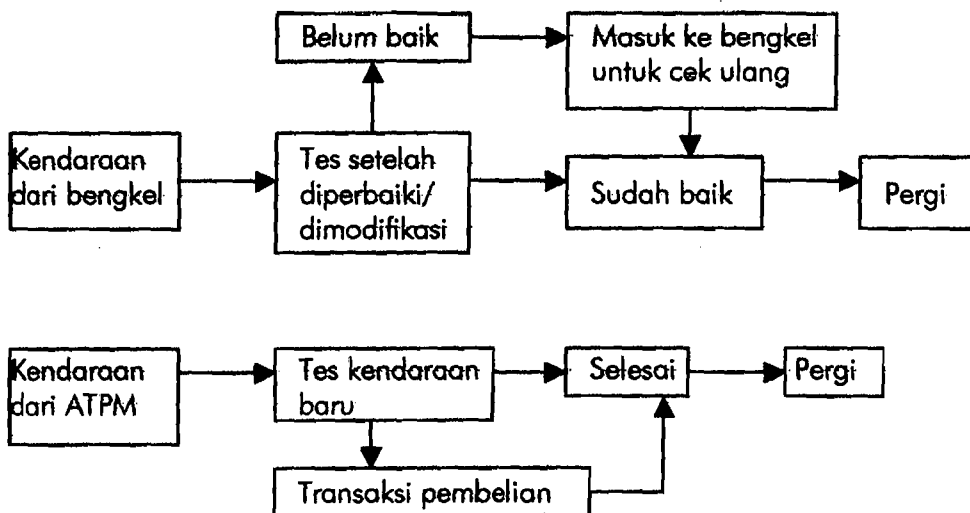
- Konsumen

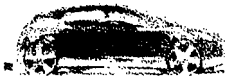


4. Kegiatan test drive

Pelaku kegiatan meliputi :

- Konsumen / mekanik





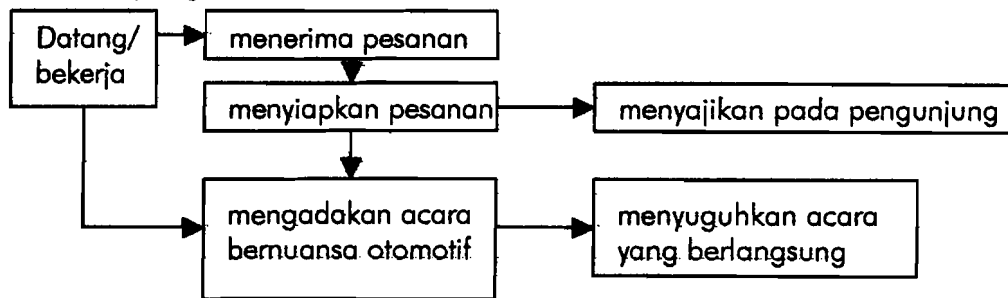
5. Kegiatan rekreasi

Meliputi kegiatan :

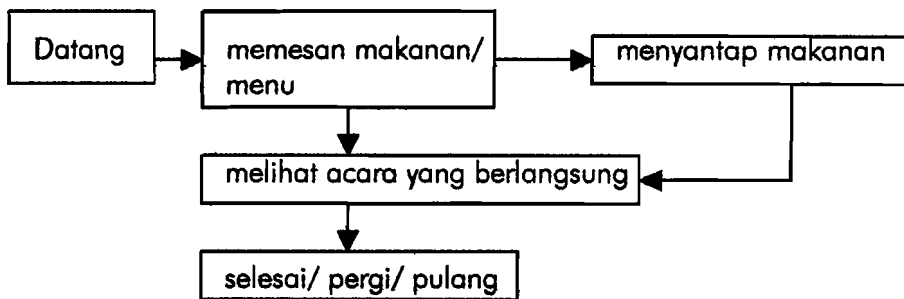
a) Café / restoran

Pelaku kegiatan meliputi :

- pengelola



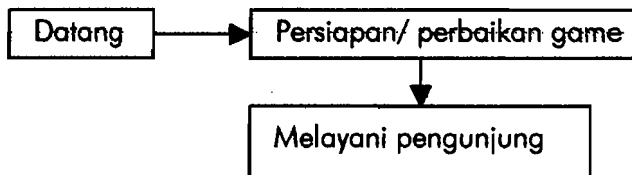
- pengunjung



b) Game center

Pelaku kegiatan meliputi :

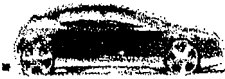
- Pengelola / pekerja



- pengunjung



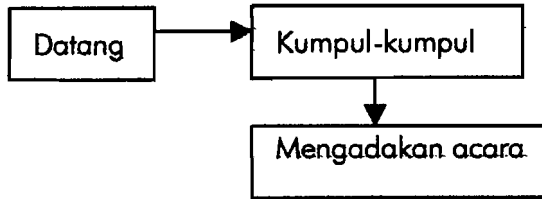




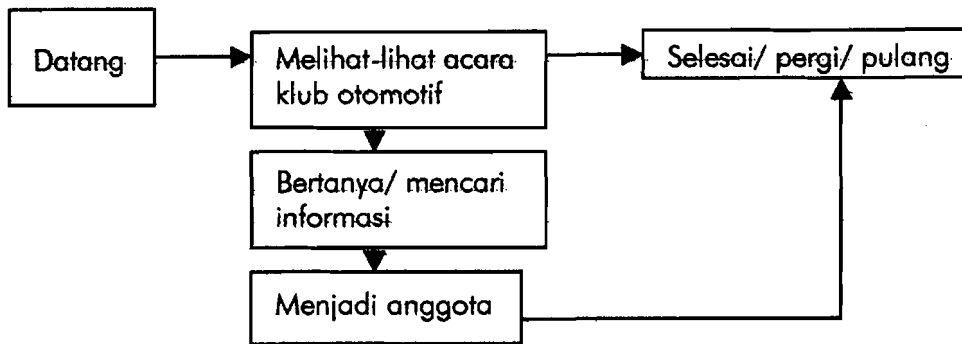
c) Klub-klub otomotif

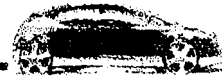
Pelaku kegiatan meliputi :

- Tim-tim / anggota-anggota klub

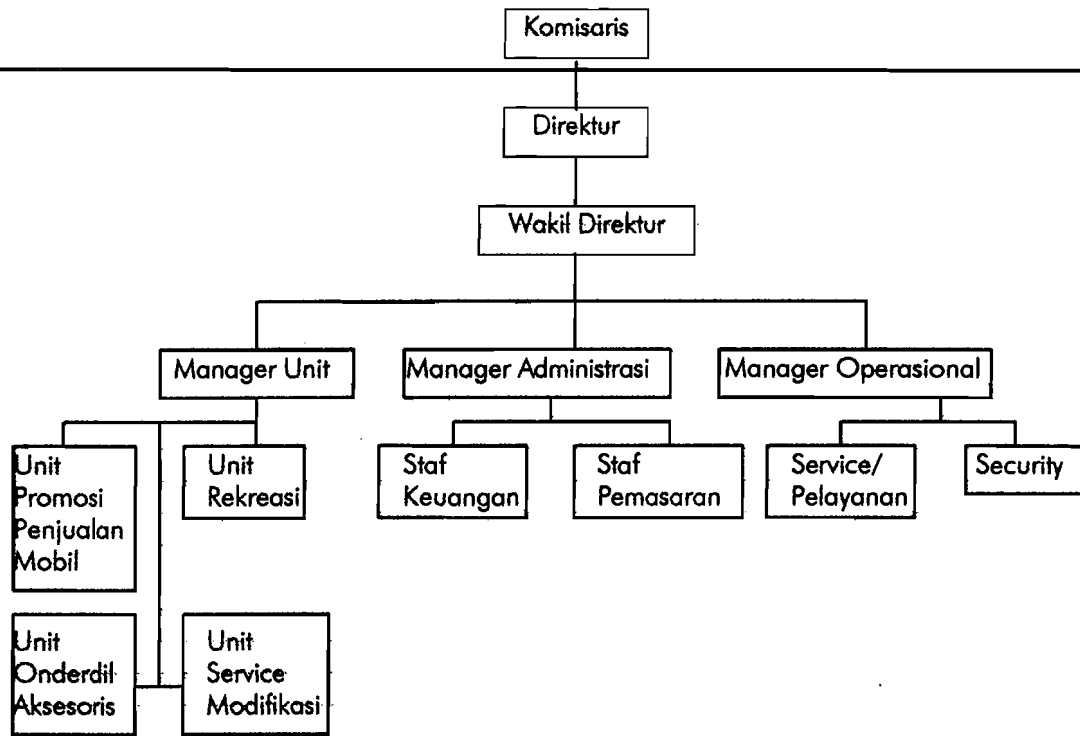


- Pengunjung

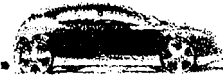




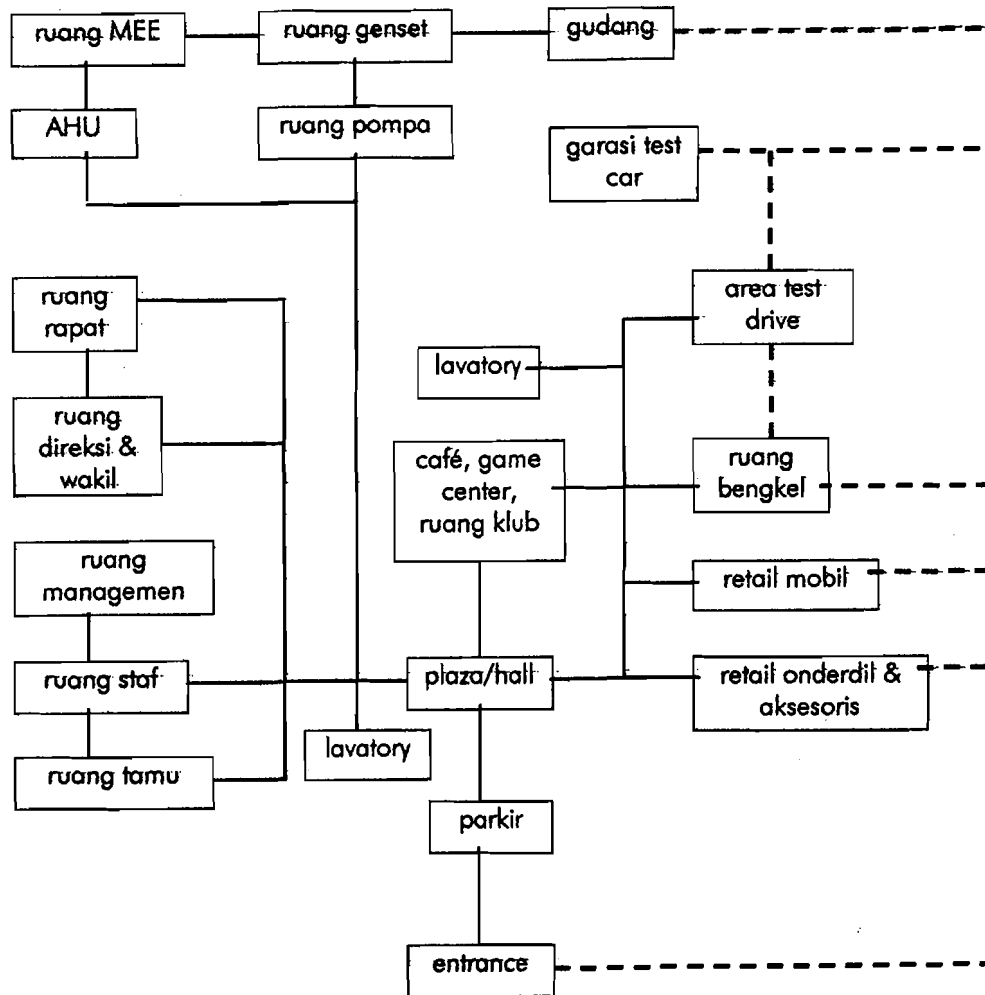
### 3.1.4. Struktur Organisasi dan Organisasi Ruang



Gambar 19. Diagram Struktur Organisasi  
Sumber Analisa

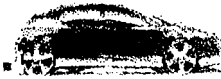


Organisasi Ruang



———— : Sirkulasi manusia  
 - - - - : Sirkulasi barang/ kendaraan.

Gambar 20. Diagram Organisasi Ruang  
 Sumber : Analisa



## 3.2. Analisa Peruangan

### 3.2.1. Persyaratan Ruang

Persyaratan ruang yang dipergunakan, meliputi persyaratan kapasitas, pengelompokan jenis barang, dan pencapaian ruang.

- Kapasitas Ruang :

1. Retail penjualan mobil

1 ruang dapat diisi 3 mobil dengan standar ukuran mobil terbesar jenis mobil van.

2. Retail penjualan onderdil dan aksesoris

1 ruang diisi 1 penjual dengan ukuran berdasarkan jenis barang yang dijual.

3. Ruang perbengkelan

1 bengkel dapat menampung 5 mobil sekaligus dengan standar ukuran mobil terbesar jenis mobil van.

4. Café / restoran

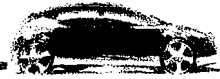
1 ruang dapat menampung 100 pengunjung dengan berdasarkan standar yang ada.

- Game center. Ruangan bergantung pada jenis game yang akan dipakai.
- Klub-klub otomotif. Bergantung jumlah anggota suatu klub tersebut. Sehingga diperlukan ruangan yang fleksibel.

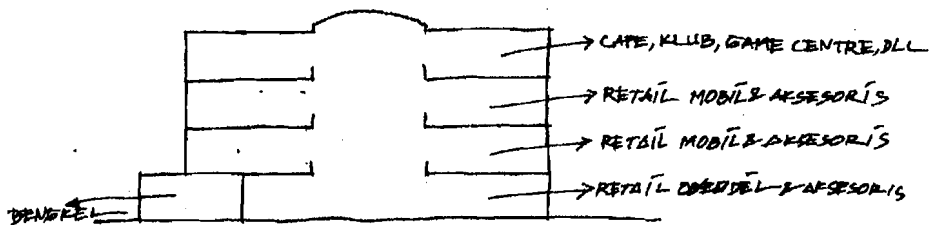
- Pengelompokan Ruang

Pengelompokan ruang dimaksudkan untuk memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhannya.

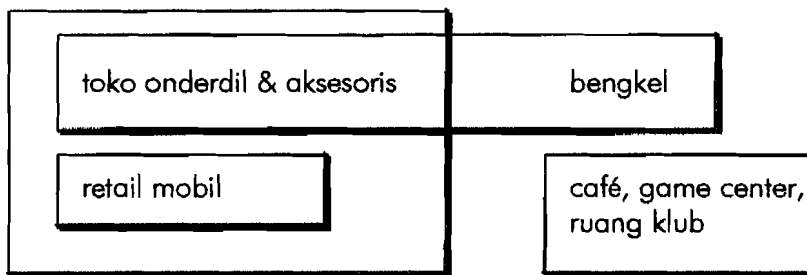
1. Untuk retail mobil terletak diatas toko onderdil dan aksesoris, dengan asumsi besar kendaraan pada jenis automobile ini mudah dalam pergerakan. Perletakan ini dimaksudkan untuk mengundang pengunjung naik ke lantai atas.



2. Pada retail onderdil dan aksesoris terletak pada lantai dasar dan lantai di atasnya. Retail onderdil difokuskan pada lantai dasar, dengan asumsi untuk memudahkan pengangkutan onderdil yang besar dan berat. Juga untuk lebih dekat dengan ruang bengkel. Retail aksesoris terletak pada hampir semua lantai untuk menjadi daya tarik bagi pengunjung agar menuju pada semua lantai.
3. Ruang bengkel terdapat pada ground floor / semi basement dan berada dibagian belakang dan tetap berhubungan dengan bagian depan tanpa terlalu mengganggu kegiatan lainnya.
4. Ruang-ruang café / restoran, game center, klub-klub otomotif terletak di lantai paling atas dengan tujuan agar mendapatkan ruang yang luas dan menarik pengunjung untuk naik ke lantai atas.

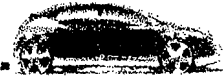


Gambar 21. Pengelompokan ruang vertikal



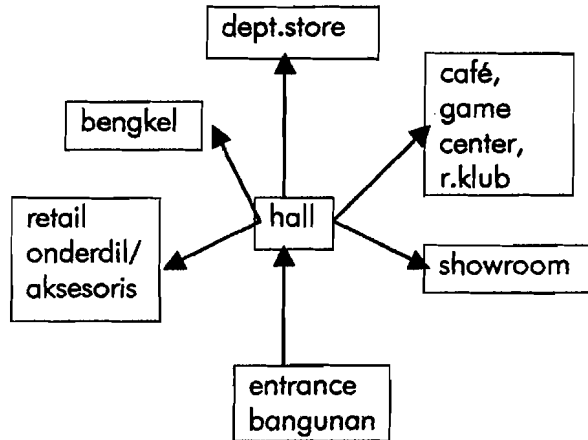
- berada pada lantai dasar dan berdekatan
- berada pada lantai-lantai atas
- berada pada lantai paling atas
- berada hampir ditiap lantai

Gambar 22. Pengelompokan ruang horizontal



▪ Pencapaian Ruang

Dengan pengelompokan ruang, didapatkan pencapaian ruang yang mudah dan jelas sehingga pengunjung dapat mencari apa yang dibutuhkan berdasarkan penempatan ruang yang telah terkelompok.



Gambar 23. Pencapaian ruang oleh pengunjung

3.2.2. Kebutuhan Ruang dan Besaran Ruang

Besaran ruang mempertimbangkan beberapa faktor antara lain :

1. Standar dimensi
2. Kelancaran dan kenyamanan kegiatan
3. Karakteristik ruang

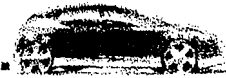
Kebutuhan dan besaran ruang pada Jogja Auto Mall ini, standar dimensi dari pelaku dan fungsi ruang diambil dari Architec Data, Time Saver Standard, Human Dimension & Interior Space, serta Architectur Graphic Standard.

Besaran ruang untuk :

1. Retail promosi penjualan mobil

Tinjauan pada ruang ini ditentukan oleh :

- Banyaknya mobil ( N )
- Panjang mobil ( p )



- Lebar mobil ( l )
- Radius putar mobil ( d )
- Jari-jari ( r ) atau ( d/2 )

Masing-masing jenis kendaraan memiliki ukuran-ukuran radius putar yang berbeda-beda seperti yang terdapat pada tabel berikut ini :

**"U" DRIVE AND VEHICLE TURNING DIMENSIONS**

VEHICLE	R	R1	T	D	C
Small car	19' 10"	10' 6"	12' 0"	10' 0"	6"
Compact car	21' 6"	11' 10"	15' 0"	10' 10"	7"
Standard car	22' 5"	12' 7"	15' 0"	11' 2"	8"
Large car	23' 0"	12' 7"	15' 0"	12' 0"	9"
Intercity bus*	55' 0"	33' 0"	30' 0"	22' 6"	1' 0"
City bus	53' 6"	33' 0"	30' 0"	22' 6"	1' 0"
School bus	43' 6"	26' 0"	30' 0"	19' 5"	1' 0"
Ambulance	30' 0"	18' 9"	25' 0"	13' 3"	1' 0"
Paramedic van	25' 0"	14' 0"	25' 0"	13' 0"	1' 0"
Hearse	30' 0"	18' 9"	20' 0"	13' 3"	1' 0"
Airport limousine	28' 3"	15' 1 1/2"	20' 0"	15' 1 1/2"	1' 0"
Trash truck †	32' 0"	18' 0"	20' 0"	16' 0"	1' 0"
U.P.S. truck	28' 0"	16' 0"	20' 0"	14' 0"	1' 0"
Fire truck	48' 0"	34' 4"	30' 0"	15' 4"	1' 0"

\*Headroom = 14'.  
†Headroom = 15'.

William F. Mahan, AIA, Santa Barbara, California

Tabel 3. Ukuran radius putar kendaraan  
Sumber: Architecture Graphic Standard

Dari tabel diatas, unutm mencari kebutuhan ruang dari sebuah mobil dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$2 [ ( p \times r ) + ( l \times r ) ] = \text{kebutuhan ruang sebuah mobil}$$

1) Mobil tipe sedan kecil

$$p = 3,72 \text{ m} ; l = 1,6 \text{ m} ; r = 2,15 \text{ m}$$

Luas ruang untuk jenis ini :

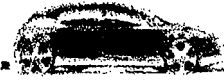
$$2[(3,72 \times 2,15) + (1,6 \times 2,15)] = 22,8 \text{ m}^2$$

2) Mobil tipe sedan panjang

$$p = 4,6 \text{ m} ; l = 1,69 \text{ m} ; r = 2,55 \text{ m}$$

Luas ruang untuk jenis ini :

$$2[(4,6 \times 2,55) + (1,69 \times 2,55)] = 32,2 \text{ m}^2$$



3) Mobil tipe mini bus atau mobil keluarga

$$p = 4,405 \text{ m} ; l = 1,67 \text{ m} ; r = 2,4 \text{ m}$$

$$2[(4,405 \times 2,4) + (1,67 \times 2,4)] = 29,16 \text{ m}^2$$

4) Mobil tipe van

$$p = 4,82 \text{ m} ; l = 1,83 \text{ m} ; r = 3,1 \text{ m}$$

$$2[(4,82 \times 3,1) + (1,83 \times 3,1)] = 41,85 \text{ m}^2$$

Untuk luas 1 retail mobil didapatkan dengan menggunakan besaran jenis van yaitu  $41,85 \text{ m}^2 \times 3 = 125,55 \text{ m}^2$  dan ditambah sirkulasi 20% sehingga total ruang adalah  $125,55 + 20\% (125,55) = 150,66 \text{ m}^2$ .

Sehingga bila diasumsikan memiliki 10 retail mobil maka total luas ruang retail adalah :  $10 \times 150,66 = 1506,6 \text{ m}^2$ .

2. Retail penjualan onderdil dan aksesoris

Diasumsikan satu retail memiliki ukuran  $6 \times 8 = 48 \text{ m}^2$ . Diasumsikan pula memiliki 100 retail maka total luas yang didapatkan adalah  $48 \times 100 = 4800 \text{ m}^2$ .

Selain itu diasumsikan terdapat satu departement store sebagai magnet penarik yang memiliki ruang dengan ukuran  $30 \times 50 = 1500 \text{ m}^2$ .

3. Ruang perbengkelan

- Workshop

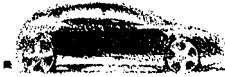
Ruang memakai ukuran standar mobil van dengan ketentuan:

- kapasitas tiap bengkel 5 mobil
- panjang : 4,82 m ; lebar : 1,83 m ; jari-jari : 3,1 m
- luasan penetapan 42 m<sup>2</sup>

didapatkan luasan  $5 \times 42 = 210 \text{ m}^2$

- Ruang tool kit  $4 \times 4 = 16 \text{ m}^2$
- Receptionist  $4 \times 5 = 20 \text{ m}^2$
- Ruang mekanik  $5 \times 5 = 25 \text{ m}^2$





- Ruang sporing balancing  $3 \times 5 = 15 \text{ m}^2$
- Ruang penyimpan oli  $3 \times 3 = 9 \text{ m}^2$
- Ruang tunggu  $3 \times 3 = 9 \text{ m}^2$

Satu ruang perbengkelan memerlukan luas total  $304 \text{ m}^2$  ditambah sirkulasi  $20\% = 364,8 \text{ m}^2$ . Diasumsikan memiliki 10 buah bengkel dalam bangunan ini, maka luas keseluruhan yang didapat adalah  $10 \times 364,8 = 3648 \text{ m}^2$ .

#### 4. Café

- Ruang makan kapasitas  $100 \times 1,5 = 150 \text{ m}^2$
- Bar dengan kapasitas 10 orang dengan besaran  $1,5 \text{ m}^2$  didapatkan luas  $15 \text{ m}^2$ .
- Stage / panggung diasumsikan berukuran  $6 \times 5 = 30 \text{ m}^2$
- Ruang karyawan kapasitas 20 orang dengan besaran  $2 \text{ m}^2$  per orang. Luas yang didapat  $20 \times 2 = 40 \text{ m}^2$
- Dapur dengan 10 karyawan berukuran  $2,5 \text{ m}^2$  per orang. Luas yang didapat  $10 \times 2,5 = 25 \text{ m}^2$ .

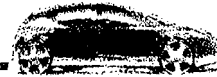
Luas yang didapatkan  $260 \text{ m}^2$  ditambah pergerakan  $20\%$  sehingga besaran keseluruhan  $312 \text{ m}^2$ .

#### 5. Game center

Luasan yang diperlukan untuk game center sangat dipengaruhi peralatan yang ada. Akan tetapi dapat diasumsikan memiliki ukuran  $20 \times 10 = 200 \text{ m}^2$  ditambah sirkulasi  $20\%$  sehingga didapatkan besaran ruang  $240 \text{ m}^2$  dan diharapkan dapat menampung peralatan game yang besar.

#### 6. Klub-klub otomotif

Ukuran yang dibutuhkan untuk ruang klub dipengaruhi jumlah anggota atau jenis kegiatan yang akan terjadi didalamnya. Untuk itu diperlukan ruang yang fleksibel dalam menampung hal tersebut. Ruang dengan



penyekat konvensional dapat menyelesaikan masalah tersebut dan memakai ukuran modul ruang  $10 \times 10 = 100 \text{ m}^2$ . Diasumsikan memiliki ruang klub sebanyak 5 buah sehingga didapatkan  $5 \times 100 = 500 \text{ m}^2$ .

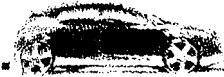
Sirkulasi pergerakan  $20 \% \times 500 = 100$ . Luas total ruang klub adalah  $600 \text{ m}^2$ .

Fasilitas penunjang antara lain :

1. Ruang genset memiliki ukuran  $3 \times 3 = 9 \text{ m}^2$
2. Ruang pompa air memiliki ukuran  $2 \times 2 = 4 \text{ m}^2$
3. Ruang security  $2 ( 4 \times 4 ) = 32 \text{ m}^2$
4. Musholla diasumsikan memiliki ukuran  $5 \times 4 = 20 \text{ m}^2$
5. Lavatory  $20 ( 2 \times 2 ) = 80 \text{ m}^2$
6. Parkir diasumsikan mampu menampung 150 mobil maka didapatkan luas  $18 \times 150 = 2700 \text{ m}^2$ . 1 mobil memiliki ukuran ruang  $6 \times 3 = 18 \text{ m}^2$ . Sirkulasi pergerakan  $20 \% \times 2700 \text{ m}^2 = 540 \text{ m}^2$ . Parkir sepeda motor menampung 200 buah dengan luas  $400 \text{ m}^2$  ditambah sirkulasi  $20\%$  sehingga didapatkan luas  $480 \text{ m}^2$ . Total luas untuk area parkir  $3720 \text{ m}^2$ .
7. Area test drive memiliki panjang jalur  $300 \text{ m}$  dengan lebar  $6 \text{ m}$ . Total luas area test drive adalah  $1800 \text{ m}^2$ .
8. Garasi test car diasumsikan mampu menampung 30 mobil dari 10 showrom yang ada. Menggunakan asumsi 1 mobil van memiliki luas  $41,85 \text{ m}^2$ , maka didapatkan luasan garasi  $1255,5 \text{ m}^2$ . Ditambah dengan sirkulasi  $20 \%$  maka luas total garasi test car adalah  $1506,6 \text{ m}^2$ .
9. Ruang pengelola memiliki luas  $175 \text{ m}^2$  dengan asumsi terdiri dari ruang pimpinan, ruang staf, ruang tamu, ruang rapat, ruang manajemen.

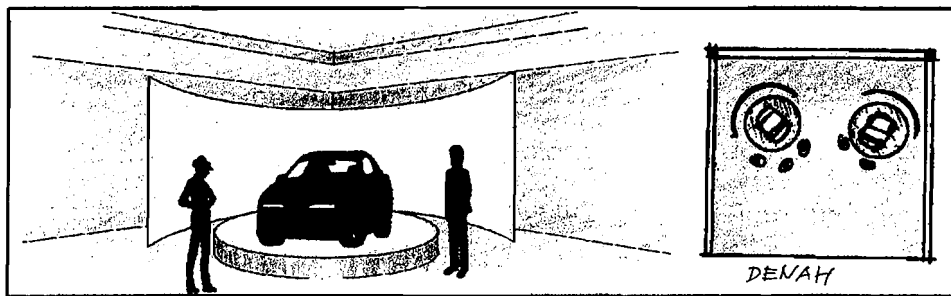
Total luasan yang diperlukan oleh fasilitas penunjang adalah  $7346,6 \text{ m}^2$ .

Dari perhitungan ruang dari tiap kelompok kegiatan, maka didapatkan besaran ruang keseluruhan  $19.953,2 \text{ m}^2 \sim 20.000 \text{ m}^2$ .



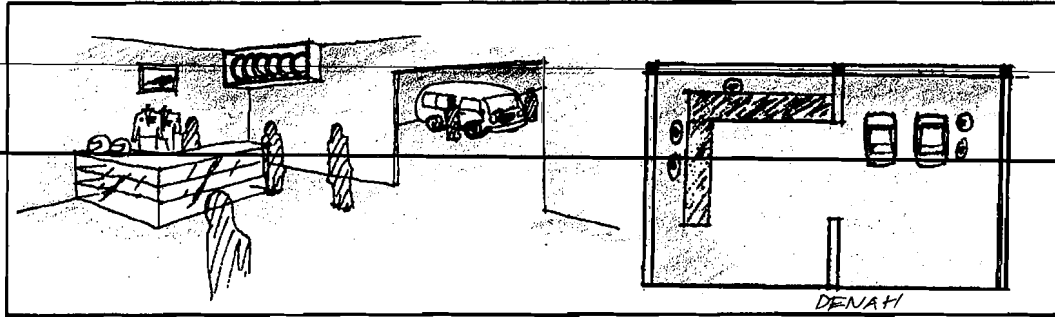
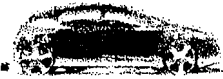
### 3.2.3. Hubungan Ruang

Hubungan ruang yang terjadi dalam auto mall sangat dipengaruhi jenis ruang dan kegiatan yang ada didalamnya. Pada ruang showroom mobil, ruang yang terbentuk berbeda dengan ruang yang lain. Pada ruang ini terjadi penataan dan penambahan dekorasi untuk memperindah interior ruang agar memberi kesan menonjol pada mobil yang dipamerkan. Sehingga secara tidak langsung akan menciptakan suatu kesan berada dalam ruang yang lain bagi pengunjung yang datang.



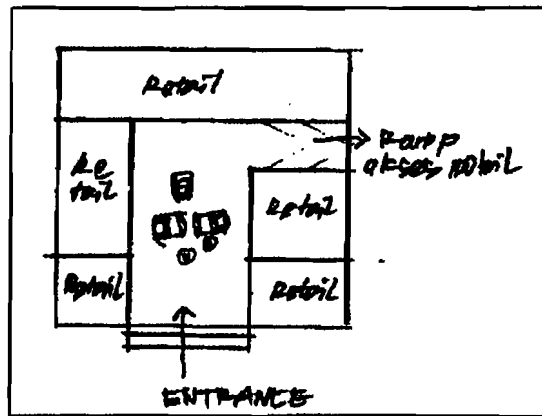
Gambar 24. Hubungan ruang dalam ruang

Untuk ruang-ruang penjualan dan ruang hiburan memiliki hubungan ruang yang berbeda. Ruang penjualan khususnya penjualan onderdil dan aksesoris akan berdekatan dan bersebelahan dengan ruang bengkel. Karena bengkel memerlukan kemudahan dalam mendapatkan onderdil atau aksesoris yang diperlukan dalam proses perbaikan. Ruang hiburan seperti café, game center dan ruang klub akan saling berdekatan dan bersebelahan karena ruang-ruang tersebut saling mendukung. Seperti café dan game center akan bergantung pada ruang klub dimana pada ruang tersebut terjadi berbagai kegiatan yang menarik banyak orang sehingga memungkinkan pengunjung masuk dan menikmati sajian di café. Secara tidak langsung ini merupakan daya penarik bagi café agar mudah mendapatkan pengunjung.



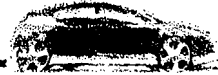
Gambar 25. Hubungan ruang yang bersebelahan

Ruang yang ada pada auto mall memerlukan suatu ruang perantara yang mampu menghubungkan dan mengorganisasi berbagai ruang sehingga mudah dijangkau oleh semua orang. Ruang perantara tersebut dapat berupa hall/ plaza yang dapat difungsikan sewaktu-waktu untuk acara yang memerlukan waktu singkat ( tidak permanen ).



Gambar 26. Hubungan ruang dengan ruang perantara

Dari beberapa ruang yang ada pada auto mall dapat diambil suatu kesimpulan jenis hubungan ruang yang akan digunakan. Hubungan ruang tersebut antara lain adalah hubungan ruang dalam ruang, hubungan ruang bersebelahan dan ruang yang dihubungkan ruang perantara. Dengan ketiga jenis hubungan ruang tersebut diharapkan dapat mendukung dan menampung fungsi bangunan sebagai sarana bisnis dan rekreasi di bidang otomotif.



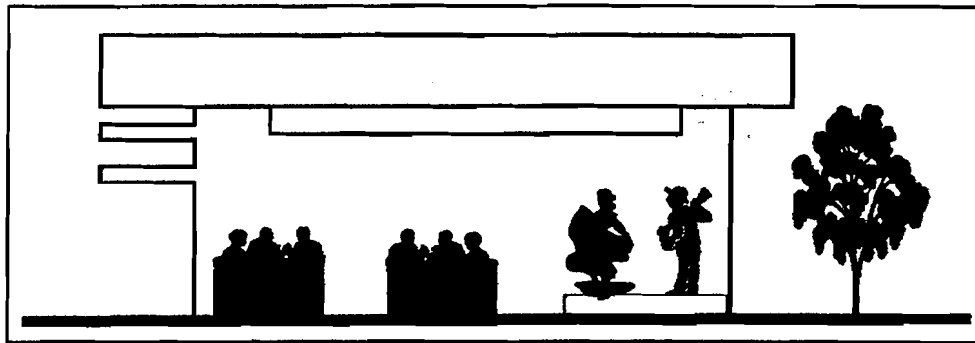
### 3.3. Analisa Tata Ruang

#### 3.3.1. Tata Ruang Dalam

Suatu ruang dalam dibatasi oleh 3 bidang nyata yaitu dinding, lantai dan atap. Selain itu kualitas suatu ruang dalam juga ditentukan oleh :

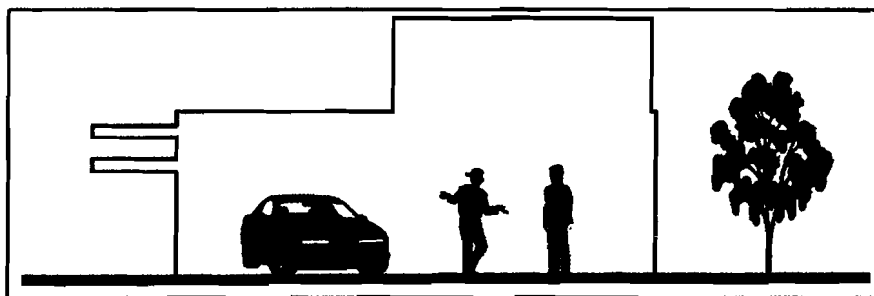
##### 1. Dimensi

Dimensi suatu ruang dipengaruhi oleh proporsi skala. Dari fungsi ruang-ruang yang ada, ruang yang memberi rasa akrab nyaman dan mendukung aktivitas pengunjung menggunakan skala intim. Skala ini digunakan pada ruang rekreasi seperti ruang klub dan ruang pengelola bangunan. Pada ruang klub diharapkan dapat menambah keakraban dan kedekatan antara pengunjung yang datang dan anggota klub. Ketinggian ruang yang rendah dapat memberi kesan meruang yang kuat.

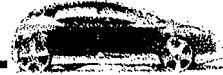


Gambar 27. Skala ruang intim

Ruang –ruang yang memberi keleluasan gerak menggunakan skala normal. Ruang-ruang tersebut antara lain ruang penjualan, café, game center dan bengkel. Skala ini dipakai agar memberi kesan wajar dan santai bagi orang yang beraktivitas didalamnya.



Gambar 28. Skala ruang normal



## 2. Bentuk / konfigurasi

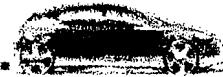
Dalam menentukan komposisi bentuk dasar ruang, yang perlu menjadi pertimbangan adalah kemudahan dan keefisienan dalam penataan ruang dan perabot yang berkaitan erat dengan pola sirkulasi dalam ruang dan adanya pola struktur yang jelas. Sehingga bentuk yang digunakan untuk mendasari ruang auto mall adalah perpaduan bentuk geometris seperti segiempat, lingkaran dan segitiga dengan berbagai pertimbangan :

- a. Bentuk geometris khususnya segiempat merupakan bentuk yang fleksibel kearah horizontal dan vertical.
- b. Efisien dalam pengembangan modul struktur
- c. Efisien dalam penataan interior
- d. Pola sirkulasi yang mudah dan jelas
- e. Pengaturan hubungan ruang yang mudah

Dengan adanya komposisi bentuk diharapkan terjadi keanekaragaman yang dapat mencegah kebosanan dan suasana monoton. Sehingga akan tercipta suatu bentuk ruang yang memberi suasana rekreatif bagi pengunjung yang datang.

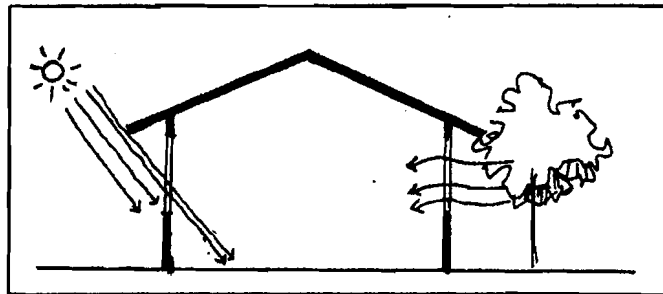
## 3. Permukaan sisi pada bidang

Warna, tekstur, dan pola ruangan dapat mempengaruhi suatu kualitas ruang. Warna, tekstur dan pola menjadi salah satu unsur pokok agar fungsi dari suatu ruang dapat jelas dipahami oleh pengunjung. Selain itu warna dalam arsitektur digunakan untuk menekankan atau memperjelas suatu objek dan memberikan aksen pada bentuk dan bahannya. Pemakaian warna yang memberi kesan sporty pada bangunan seperti warna merah, biru dan kuning sangat akrab dengan image otomotif. Warna-warna ini akan menciptakan suatu kualitas ruang yang memperkuat fungsi dan kegiatan ruang tersebut.

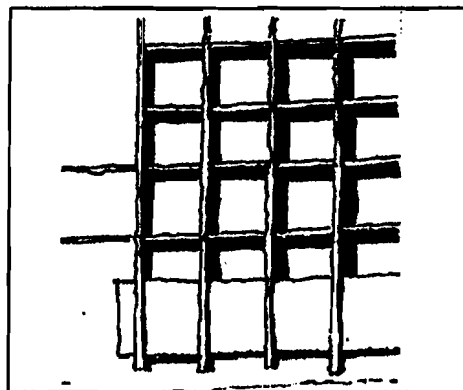


#### 4. Bukaan-bukaan bidang

Kualitas suatu ruang juga ditentukan oleh bukaan yang ada. Bukaan disini berfungsi sebagai tempat masuknya cahaya dan pertukaran udara dalam ruangan. Perletakan bukaan yang tepat dapat membentuk ruang yang baik dan sehat sehingga mendukung fungsi ruangan tersebut. Bukaan bidang yang terekspose dapat digunakan sebagai pembeda dan pemerjelas fungsi dari bangunan otomotif, sehingga memberi identitas yang berbeda dari bangunan lain.

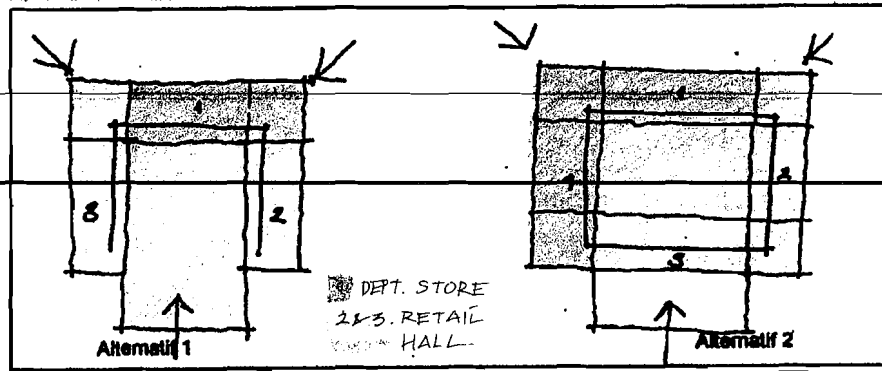


Gambar 29. Bukaan bidang



Gambar 30. Bukaan bidang yang diekspose

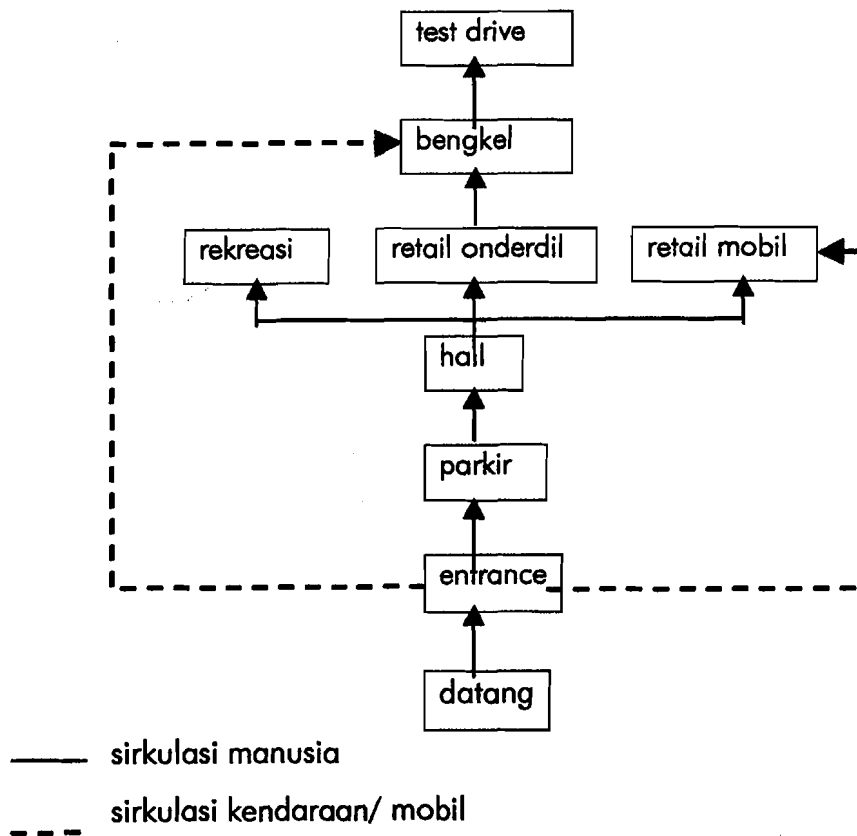
Dalam penataan ruang auto mall, pengaturannya mengacu pada prinsip dasar mall yaitu menggunakan koridor tunggal sebagai jalur penghubung antara magnet utama ( departement store otomotif ) dengan sisi jalur yang terdapat retail. Pola peletakan magnet utama dengan sirkulasi tunggal dengan 1 magnet pada tiap lantai atau 2 magnet pada satu lantai berdasarkan jumlah dan besaran ruang.



Gambar 31. Pola peletakan ruang

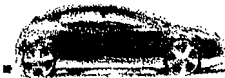
### 3.3.2. Tata Sirkulasi

Sirkulasi yang terjadi sangat dipengaruhi oleh alur gerak manusia atau pengunjung dan gerak dari kendaraan yang akan dimasukkan dalam bangunan.



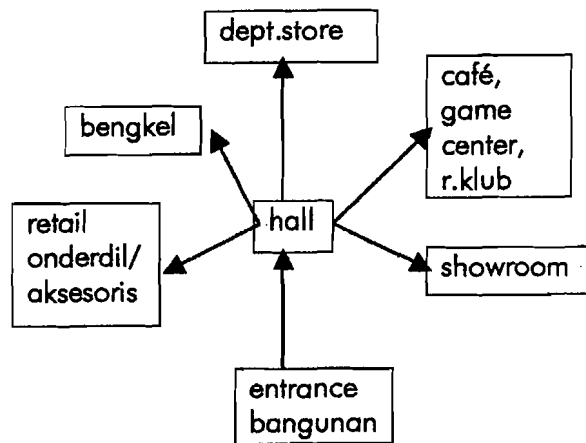
Gambar 32. Diagram pola sirkulasi





1. Sirkulasi pengunjung

Sirkulasi pengunjung ini terjadi dari dua jenis. Yang pertama kemudahan pengunjung untuk mencapai retail-retail yang akan ia tuju atau hanya melihat-lihat ke masing-masing retail. Kegiatan seperti ini juga menuntut kejelasan pengelompokan ruang, sehingga masing-masing ruang dapat dibedakan dengan jelas.

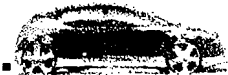


Gambar 33. Sirkulasi pencapaian pengunjung

Jenis kegiatan yang kedua adalah melihat-lihat materi pameran mobil sehingga semua produk dapat disaksikan dengan baik oleh pengunjung. Dalam mengakomodasi hal ini penataan materi pameran sangat penting dilakukan.



Gambar 34. Sirkulasi gerak pengunjung

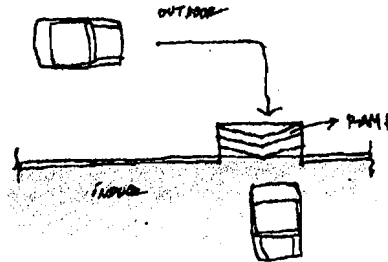


## 2. Sirkulasi kendaraan

Sirkulasi kendaraan terdiri dari sirkulasi horizontal dan sirkulasi vertikal. Sirkulasi horizontal meliputi sirkulasi kendaraan dari luar ruang menuju ke dalam bangunan. Sedangkan sirkulasi vertikal meliputi sirkulasi kendaraan untuk mencapai lantai yang lebih tinggi.

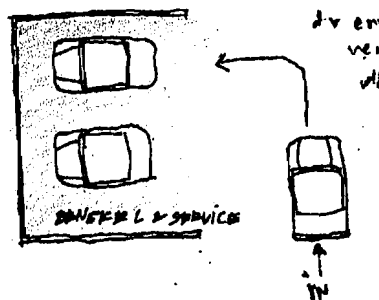
### a. Sirkulasi horizontal

- Sirkulasi menuju dalam bangunan / hall

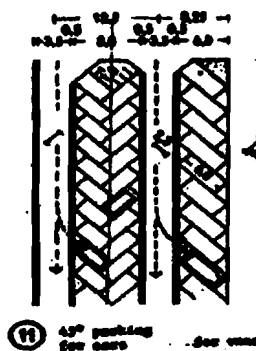


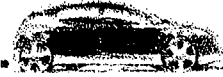
- Sirkulasi ke area bengkel

Memiliki sirkulasi tersendiri dari entrance yang langsung menuju ke area bengkel untuk memudahkan pencapaian.

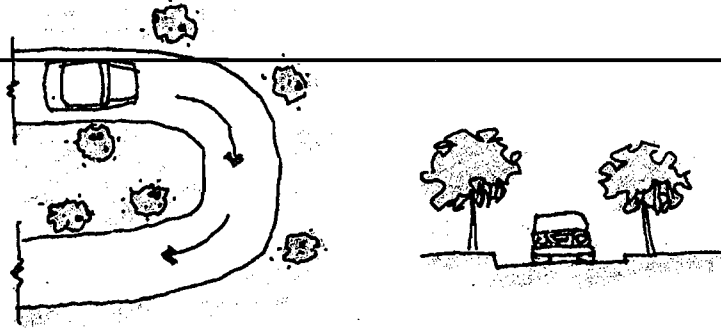


- Sirkulasi ruang parkir





▪ Sirkulasi area test drive



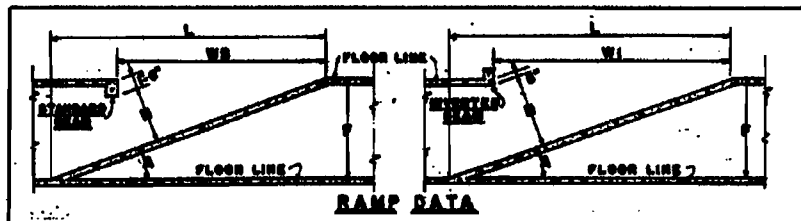
b. Sirkulasi vertikal

Untuk sirkulasi kendaraan ke arah vertikal menggunakan ramp. Ramp merupakan jalur yang melandai dengan memanfaatkan kemiringan lantai. Penggunaan ramp akan memudahkan mobil mencapai lantai lebih tinggi menuju retail masing-masing. Ramp yang akan dipakai adalah jenis ramp lurus karena mudah dilalui oleh semua jenis mobil.

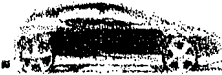
Efisiensi dari ramp ini dapat dilihat dengan asumsi ketinggian lantai 8' (4,8 m) dan panjang ramp 80' (48 m) memiliki sudut kemiringan 5° 43'. Panjang kemiringan ramp :

$$4,8^2 + 48^2 = 48,24 \text{ m}$$

Diasumsikan kecepatan mobil 5 km/jam maka memerlukan waktu tempuh 48,24m: 5 km/jam = 0,6 menit.



Gambar 35. Ramp jenis lurus  
Sumber : Time Saver Standard for Building Types



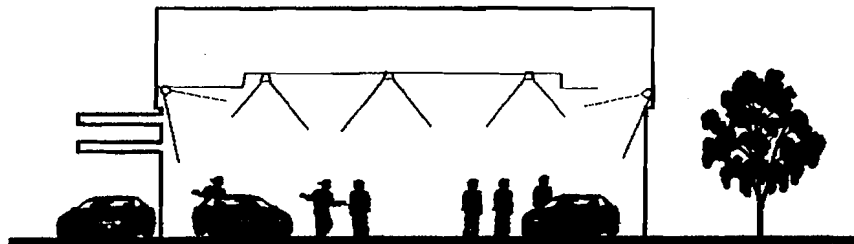
### 3.4. Analisa Bentuk dan Penampilan Bangunan

#### 3.4.1. Analisa Penampilan Bangunan

Jogja Auto Mall merupakan bangunan komersial otomotif yang harus selalu dapat mendatangkan penunjung. Oleh karena itu pengolahan bentuk dan penampilan bangunan yang berciri otomotif merupakan unsur pembentuk kontak visual paling awal yang menentukan dan mempengaruhi pengunjung untuk datang. Ekspresi dari suatu bangunan merupakan wujud ungkapan yang harus dapat mewadahi kegiatan didalamnya. Sebagai sebuah bangunan komersial, auto mall memiliki ciri-ciri khusus yang harus diperhatikan antara lain :

##### 1. Fungsional.

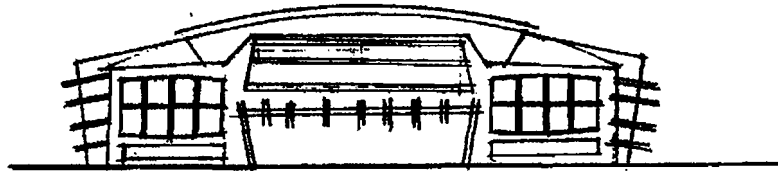
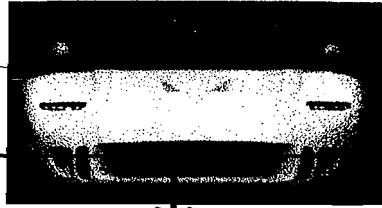
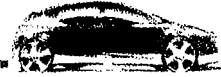
Bangunan ini harus fungsional terhadap kegiatannya yaitu perdagangan otomotif, termasuk dapat menampung kehadiran mobil sebagai salah satu barang dagangannya.



Gambar 36. Bangunan fungsional

##### 2. Clarity (kejelasan)

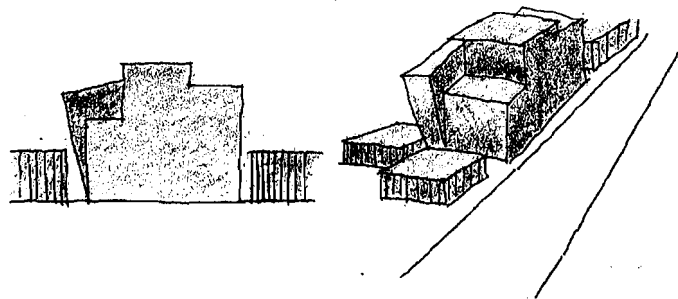
Dalam menarik perhatian pengunjung bangunan harus mampu menunjukkan kejelasan identitasnya sebagai suatu mall otomotif agar seseorang mampu dengan cepat mengenali kegiatan yang terjadi pada bangunan ini. Penggunaan fasade yang khas seperti mengambil unsur-unsur bentuk otomotif dan transformasi dari bentuk mobi, setidaknya memberi kejelasan yang dapat membedakan bangunan ini dengan bangunan lain disekitarnya. Pemakaian dan pengeksposan material yang berbeda, dapat turut memperjelas fungsi dari bangunan ini.



Gambar 37. Fasade bangunan

### 3. Boldness (menonjol)

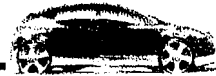
Selain memiliki kejelasan fungsi, bangunan harus dapat memberi kesan yang mendalam pada pengunjung dengan cara membuatnya lebih menonjol dari bangunan disekitarnya. Ketinggian ruang yang berbeda dari bangunan lain menjadikan ketinggian bangunan ini lebih mencolok diatas rata-rata bangunan pada umumnya.



Gambar 38. Penonjolan Bangunan

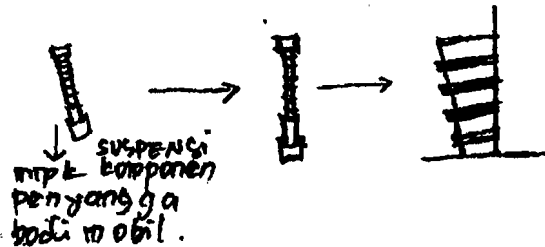
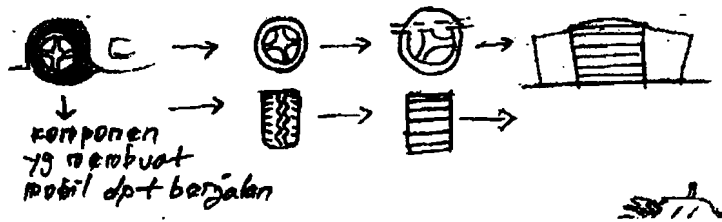
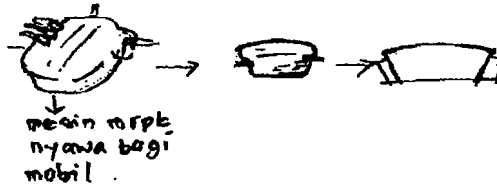
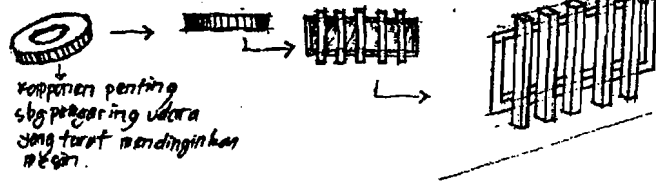
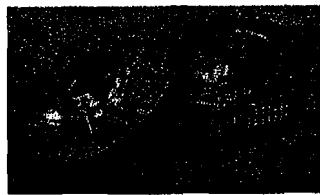
### 4. Intimacy (akrab)

Kesan akrab yang didapat dari bangunan ini didukung perletakkannya yang berada dikawasan ramai dan masih di wilayah kota yang memiliki kemampuan ekonomi cukup tinggi. Sehingga bangunan ini tidak akan dianggap aneh oleh sekitarnya, dan dapat memenuhi kebutuhan pengunjungnya.



▪ Analogi transformasi unsur otomotif

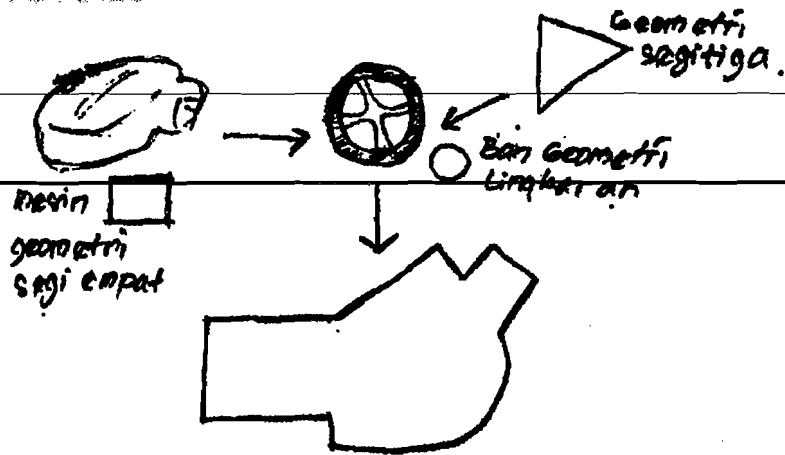
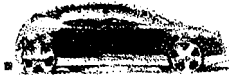
Unsur-unsur yang dapat mendukung terciptanya penampilan yang berkarakter otomotif dan dapat dikenal masyarakat umum antara lain adalah : suspensi, roda dan ban, airfilter, sistematika mesin dan bodi/ rangka mobil.



Gambar 39. Analogi transformasi bagian-bagian otomotif

3.4.1. Analisa Bentuk Bangunan

Cerminan komersial dapat oleh tertangkap indera manusia bila komposisi bentuk yang dimunculkan dapat menentukan sebagai suatu bangunan otomotif. Bentuk yang dipakai juga mengambil unsur-unsur otomotif seperti pada penampilan bangunan yang diantaranya adalah bagian mesin, cara kerja mesin, bagian bodi kendaraan dan lain-lain.



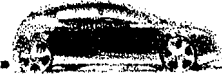
Gambar 40. Bentuk bangunan

1. Faktor yang menentukan bentuk bangunan

- a. Komponen/ bahan pembentuk bangunan menggunakan bahan logam / baja
- b. Unsur-unsur yang diambil dari otomotif ( suspensi, roda ban, rangka mobil dan lain-lain )
- c. Sistem struktur yang akan digunakan diantaranya adalah sistem bentang sedang yang digunakan pada area penjualan. Sistem bentang panjang untuk area hall dan sistem rangka baja digunakan pada area bengkel

2. Dasar pertimbangan faktor-faktor diatas

- a. Sebagai ungkapan karakteristik wadah kegiatan bisnis otomotif
- b. Pemakaian elemen dan komponen bangunan yang mendukung fungsi kegiatan otomotif
- c. Pemakaian struktur yang mendukung karakter dan kegiatan bangunan

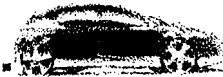


### 3.5. Kesimpulan

Penciptaan bangunan pada auto mall sehingga dapat digunakan sebagai saran bisnis dan rekreasi yang menunjang kegiatan otomotif adalah :

1. Jenis kegiatan utama yang ditampung ada 5 macam yaitu :
  - Kegiatan promosi penjualan mobil
  - Kegiatan penjualan onderdil dan aksesoris
  - Kegiatan service dan modifikasi ( bengkel )
  - Kegiatan test drive
  - Kegiatan rekreasi
2. Hubungan ruang yang digunakan adalah hubungan ruang dalam ruang, ruang yang bersebelahan dan ruang dihubungkan perantara.
3. Skala ruang yang digunakan adalah skala normal dan skala intim
4. Bentuk ruang adalah penggabungan bentuk geometris ( segiempat, lingkaran, segitiga )
5. Sirkulasi yang digunakan sirkulasi tertutup dan terbuka satu sisi
6. Sirkulasi vertical khususnya untuk mobil menggunakan sistem ramp lurus
7. Sirkulasi ke area bengkel memiliki jalur tersendiri
8. Penampilan dan bentuk bangunan diambil dari unsur-unsur otomotif/ mobil dan memakai bahan teknologi tinggi seperti baja/ logam.





## Bab 4

### Konsep Perencanaan dan Perancangan

#### 4.1. Konsep Pemilihan Lokasi dan Site

##### 4.1.1. Konsep Pemilihan Lokasi

Faktor pendukung yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi perencanaan Jogja Auto Mall adalah :

a. Faktor pencapaian

Lokasi mudah dicapai dengan adanya sistem transportasi kota yang meliputi sarana jalan dan angkutan kota.

b. Faktor skala kota

Lokasi berada dalam kota atau wilayah yang termasuk perkotaan sehingga dapat melayani seluruh wilayah Jogjakarta dan wilayah disekitarnya.

c. Faktor teknis

Lokasi berada pada wilayah yang memiliki jaringan utilitas memadai.

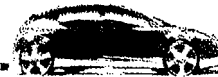
Lokasi yang dipilih berada di Kecamatan Umbulharjo, tepatnya disebelah timur terminal bis Umbulharjo. Lokasi tersebut telah dapat dikatakan memenuhi syarat dan berada pada area permukiman dan perdagangan.

##### 4.1.2. Konsep Pemilihan Site

Pemilihan site dalam perancangan Jogja Auto Mall harus memperhatikan kriteria-kriteria berikut ini :

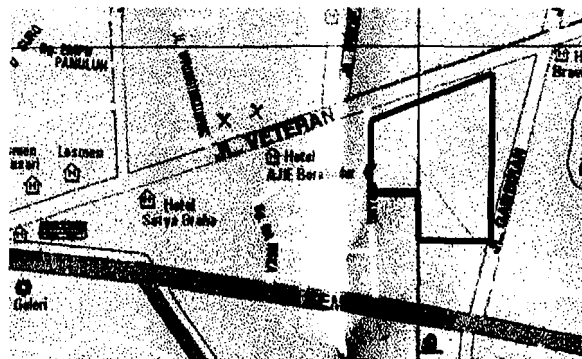
1. Ketersediaan lahan yang cukup baik sekarang maupun nanti dalam perkembangan yang direncanakan kemudian ( luas\* ).
2. Kemudahan pencapaian bangunan, baik dari main entrance maupun side entrance ( terletak di jalan utama\* ).
3. Peruntukan tanah yang sesuai dengan tata guna lahan yang ada.
4. Adanya sarana dan prasarana jaringan utilitas kota.

( \* sumber : Time-Saver Standards )



Gambar 41. Peta Udara Site Terpilih

Sumber : Bappeda D.I. Jogjakarta



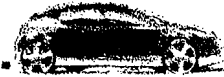
Gambar 42. Peta Site Terpilih

#### 4.1.3. Konsep Zoning Tapak

Konsep penzoningan dipertimbangkan terhadap :

- Tingkat pencapaian
- Tingkat privacy
- Tingkat fungsi ruang

Dari pertimbangan diatas zoning yang terjadi adalah:



### 1. Area publik

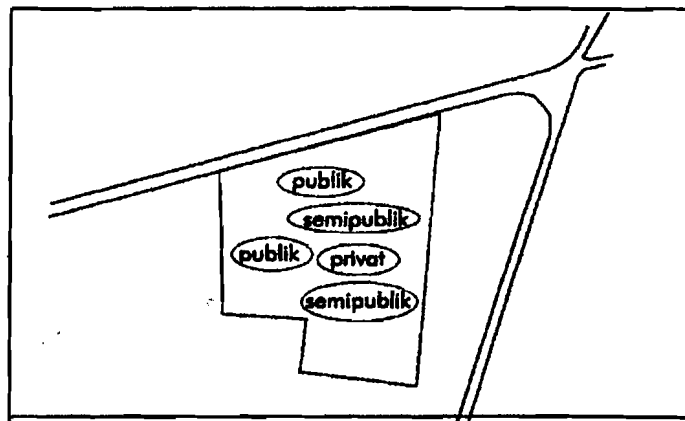
Merupakan area yang dapat dipergunakan oleh semua orang, baik pengelola maupun pengunjung yang ingin memanfaatkan fasilitas ini.

### 2. Area semi publik

Merupakan area yang dipergunakan oleh pengelola dan pengunjung yang berkepentingan di area ini.

### 3. Area privat

Merupakan area yang mempunyai tingkat privacy tinggi. Hanya orang tertentu saja yang dapat mempergunakannya dalam hal ini pengelola bangunan. Akan tetapi area ini masih mempunyai kaitan dengan area lainnya.



Gambar 43. Zoning pada tapak  
Sumber : Data Analisa

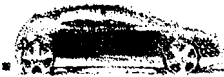
#### 4.1.4. Konsep Sirkulasi dalam Tapak

Konsep sirkulasi bertujuan untuk menciptakan kelancaran akses pencapaian ke bangunan yang nyaman dan aman. Untuk itu dibuat konsep yang mendukung kelancaran, nyaman dan keamanan sebagai berikut :

1. Akses kendaraan dan pejalan kaki yang jelas, mudah dan tidak saling mengganggu satu sama lainnya.
2. Akses pencapaian yang aman dan terkontrol, sesuai dengan fungsinya.

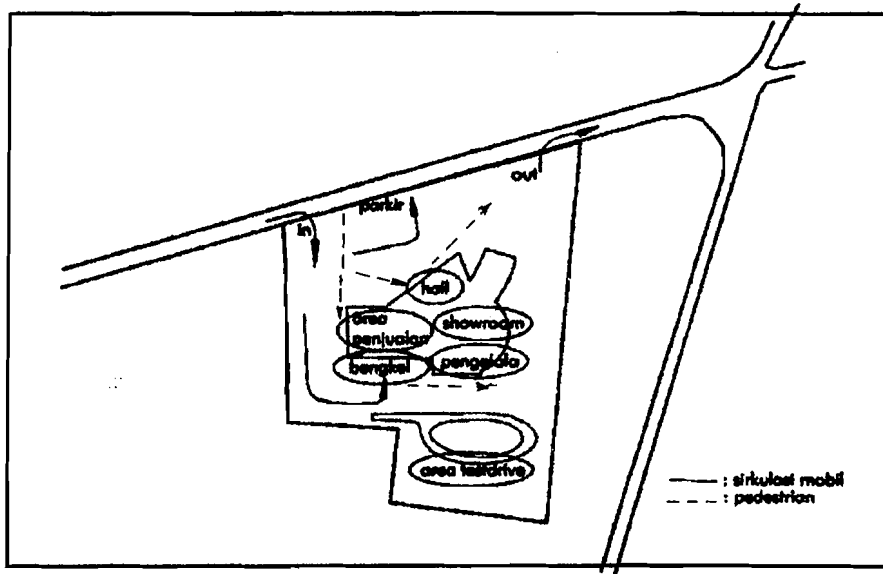
Perancangan sirkulasi dalam tapak meliputi :

1. Dibuat jalur terpisah antara pejalan kaki dan kendaraan. Perbedaan jalur dapat memakai bahan yang berbeda. Jalur kendaraan memakai bahan



aspal dengan tujuan agar mudah untuk dilalui. Pejalan kaki dibuatkan jalur dengan bahan concrete block dan diberi pembatas berupa tanaman maupun elemen pendukung lainnya.

2. Jalur menuju bengkel dengan jalur menuju parkir dipisahkan dengan tujuan tidak terjadi kerancuan dalam pencapaian. Jalur ini diarahkan menuju ke belakang bangunan dimana letak bengkel berada. Pengarahan ini dapat memakai tanaman dan elemen lainnya.
3. Dibuat dua buah pintu untuk masuk dan keluar, yang diberi pos penjaga untuk mengontrol keamanan.



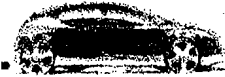
Gambar 44. Sirkulasi dalam tapak  
Sumber : Data Analisa

#### 4.1.4. Konsep Tata Lingkungan

Faktor utama dalam penataan lingkungan adalah memperhatikan daerah sekitar site. Faktor-faktor seperti kebisingan, bentuk tapak dan masalah polusi perlu penyelesaian yang tepat. Konsep penataan lingkungan ini antara lain :

1. Masalah kebisingan.

Kebisingan dapat timbul dari luar site dan dari dalam site. Dari luar site kebisingan relatif besar karena site terletak disebelah terminal bis. Masalah ini diatasi dengan membentuk barrier dari vegetasi yang mampu menyerap



kebisingan dan polusi udara. Kebisingan didalam site terjadi dari area bengkel dan test drive yang memang menimbulkan suara dari pengelasan kendaraan yang selesai diperbaiki. Masalah ini diatasi dengan menempatkan kedua area ini lebih rendah dari bangunan dan tapak didepan, dan pengaturan vegetasi sebagai barrier agar suara yang timbul juga tidak mengganggu sekitar site.

2. Vegetasi

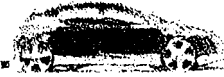
Pemilihan vegetasi yang tepat perlu dilakukan untuk mengatasi masalah kebisingan dan polusi yang terjadi. Penataan vegetasi dapat membentuk pola tata hijau yang mampu mendukung bangunan sebagai fasilitas rekreasi.

3. Bentuk tapak

Bentuk tapak yang relatif datar perlu diolah sehingga mampu membentuk tapak yang sesuai dengan konsep dimana daerah belakang lebih rendah dari bagian depan.



Gambar 45. Konsep tata lingkungan  
Sumber : Data Analisa



## 4.2. Konsep Dasar Peruangan

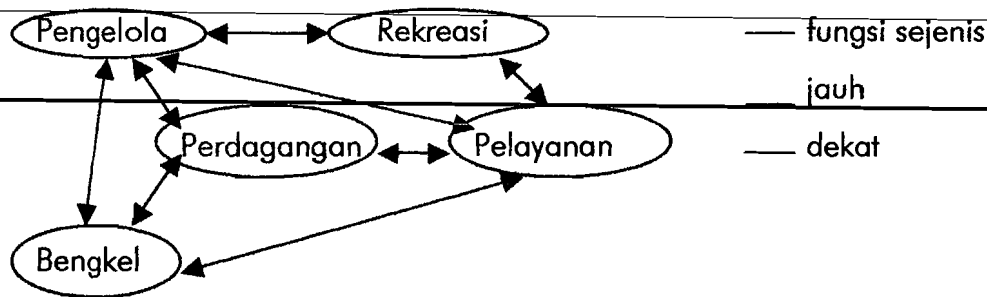
### 4.2.1. Pengelompokan Ruang

Pengelompokan ruang didasari oleh beberapa hal sebagai berikut :

- Ruang-ruang yang mempunyai hubungan erat atau mempunyai fungsi sejenis dan saling mendukung diletakkan saling berdekatan.
- Ruang-ruang yang memiliki kelompok pemakai yang berbeda diletakkan tidak saling berdekatan agar tidak saling mengganggu.
- Ruang-ruang yang memerlukan ketenangan sebaiknya berdekatan dengan ruang yang memiliki tingkat kebisingan rendah.
- Kemudahan mencari dan mencapai ruang-ruang yang saling berkelompok.

Berdasar beberapa hal diatas dapat dikelompokkan sebagai berikut :

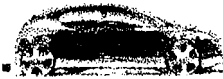
1. Kelompok ruang kegiatan pengelola, meliputi :
  - a. R. Pimpinan
  - b. R. Staff
  - c. R. Tamu
  - d. R. Manager
  - e. R. Rapat
  - f. Lavatory
2. Kelompok ruang kegiatan rekreasi, meliputi :
  - a. Café
  - b. Game center
  - c. R. Klub
3. Kelompok ruang kegiatan perdagangan, meliputi :
  - a. R. Showroom
  - b. R. Penjualan onderdil & aksesoris
4. Kelompok ruang pelayanan (service), meliputi :
  - a. R. Security
  - b. R. MEE
  - c. Musholla
  - d. Lavatory
  - e. Gudang
  - f. Parkir
5. Kelompok ruang service dan modifikasi (bengkel), meliputi :
  - a. R. Bengkel
  - b. Area Test drive



Gambar 46. Pengelompokan Ruang

Dari pengelompokan ruang diatas dapat ditetapkan sebagai berikut :

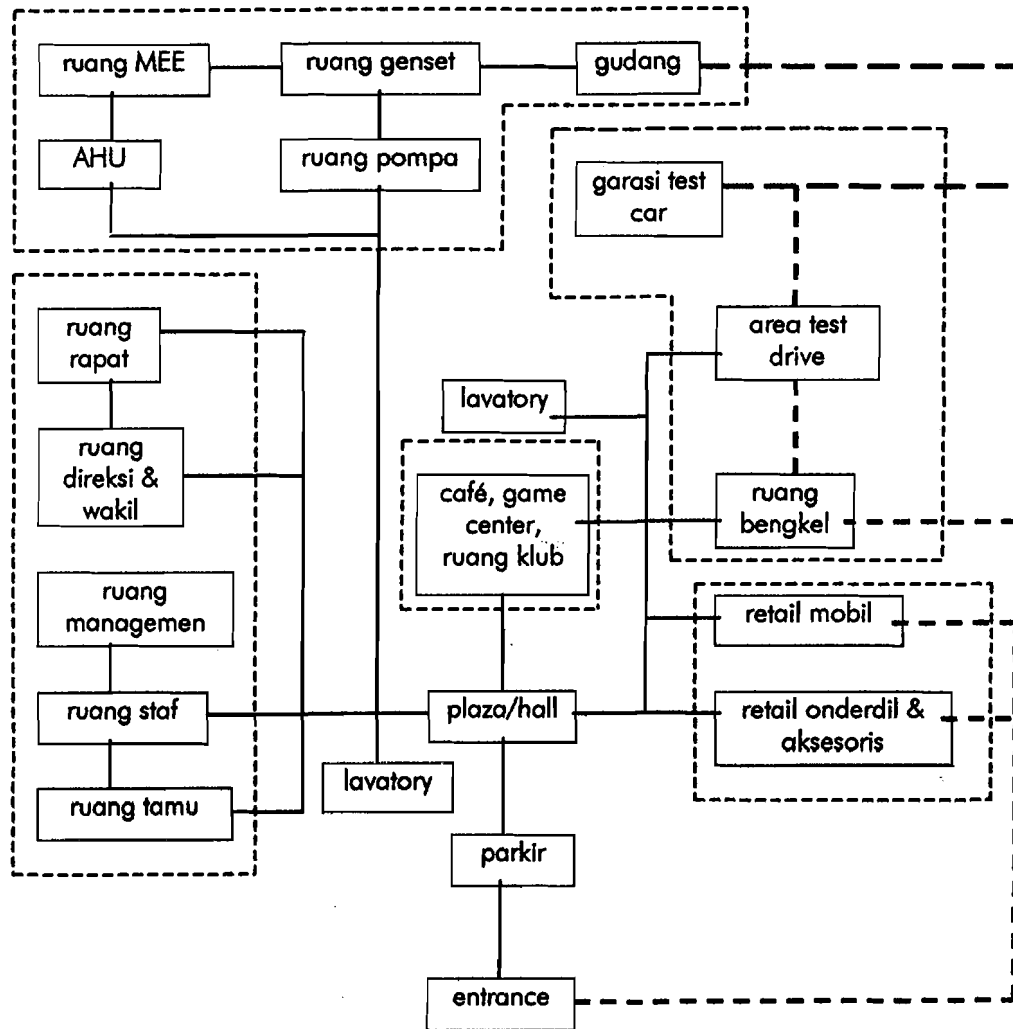
1. Untuk kegiatan perdagangan seperti showroom mobil dan toko onderdil aksesoris, berada pada lantai dasar dan lantai-lantai diatasnya. Hal ini untuk menjaga agar pengunjung menuju pada semua toko ditiap lantai.
2. Pada kegiatan rekreasi menempati ruang pada lantai paling atas dengan tujuan untuk menarik pengunjung menuju semua lantai yang ada. semua lantai untuk menjadi daya tarik bagi pengunjung agar menuju pada semua lantai.
3. Kelompok kegiatan service dan modifikasi (bengkel), menempati bagian belakang bangunan dengan sistem semi basement. Hal ini untuk mengurangi kebisingan yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan ini. Ruang bengkel tetap berhubungan dengan bagian depan tanpa terlalu mengganggu kegiatan lainnya.
4. Ruang-ruang pelayanan berada pada bagian belakang dan basement bangunan. Hal ini bertujuan agar mudah dalam pengontrolan kegiatan. Untuk ruang security berada dibeberapa tempat yang strategis.
5. Ruang kegiatan pengelola ditempatkan pada bagian belakang bangunan dengan tetap terhubung dengan ruang-ruang lainnya untuk memudahkan pengawasan.



### 4.2.2. Hubungan Ruang

Hubungan ruang didasarkan dari pengelompokan fungsi-fungsi ruang diatas, yang dapat dilihat pada organisasi ruang dibawah ini :

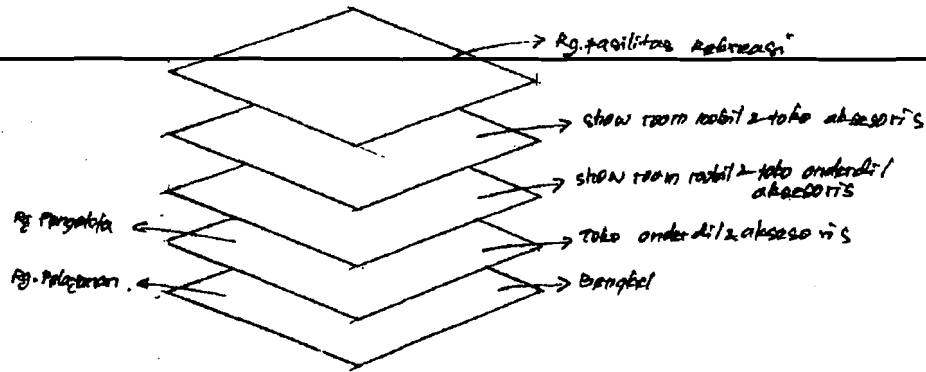
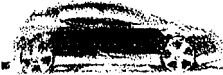
#### Organisasi Ruang



- \_\_\_\_\_ : Hubungan ruang
- : Hirarki ruang
- . - . - : Sirkulasi barang/ kendaraan

Gambar 47. Organisasi ruang  
Sumber : Data Analisa





Gambar 48. Hubungan ruang vertical

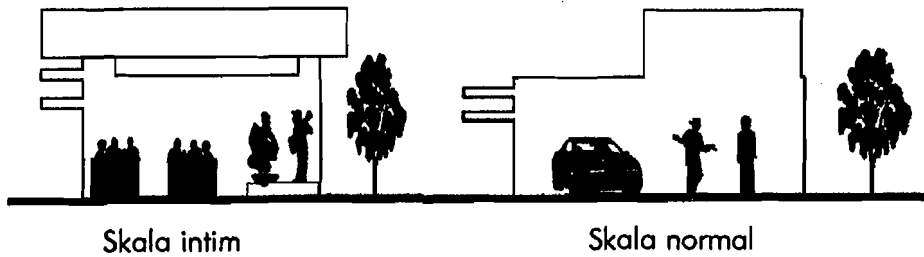
### 4.3. Konsep Tata Ruang

#### 4.3.1. Tata Ruang Dalam

Konsep tata ruang dalam menggunakan pendekatan sebagai berikut :

##### a. Skala

Menggunakan skala normal dan skala intim untuk ruang-ruang yang berbeda kegiatannya.

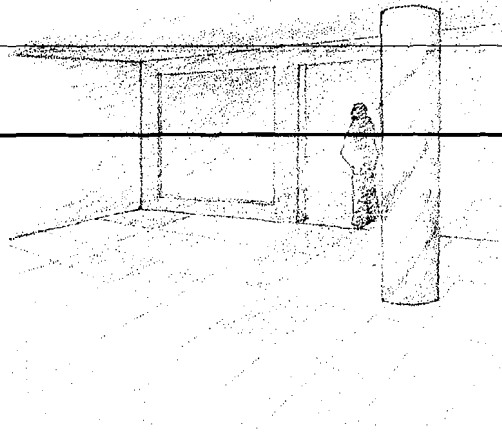


Gambar 49. Skala Ruang

##### b. Pemilihan bahan dan warna

Bahan penutup lantai menggunakan keramik dan bahan sintetis. Untuk finishing digunakan bahan logam/ stainless steel yang dapat mencirikan kesan otomotif.

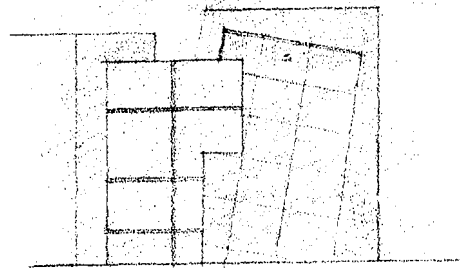
Warna yang digunakan merupakan warna yang menimbulkan kesan sporty seperti warna merah, biru atau kuning.



Gambar 50. Warna ruang

c. Pengolahan bidang vertikal

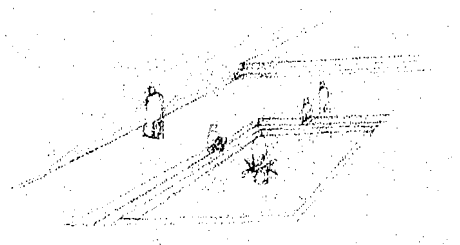
Bidang vertikal menggunakan dinding massif dan transparan. Bukan bidang selain sebagai tempat masuknya cahaya dan udara, juga diekspose untuk menimbulkan identitas bangunan.



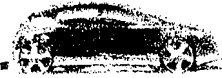
Gambar 51. Pengolahan bidang vertikal

d. Pengolahan bidang dasar

Diterapkan pola peninggian dan penurunan lantai untuk mengurangi kesan monoton bagi pengunjung.

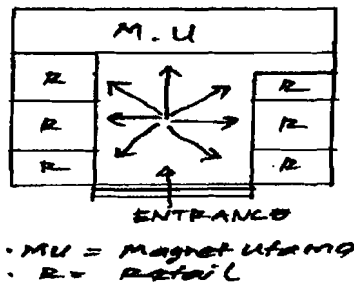


Gambar 52. Pengolahan bidang dasar



e. Pengolahan ruang

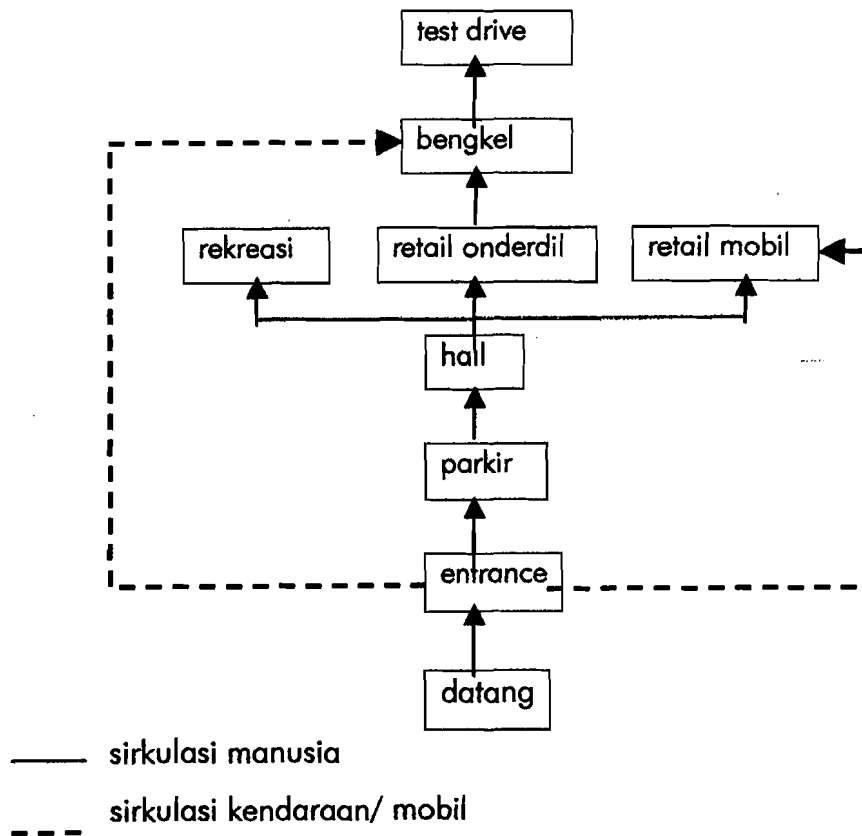
Peletakan magnet utama berada diantara retail/toko, sebagai penarik pengunjung. Pola peletakannya berada pada tiap lantai atau satu lantai saja.



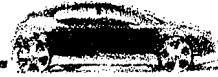
Gambar 53. Pengolahan pola ruang

4.3.2. Tata Sirkulasi

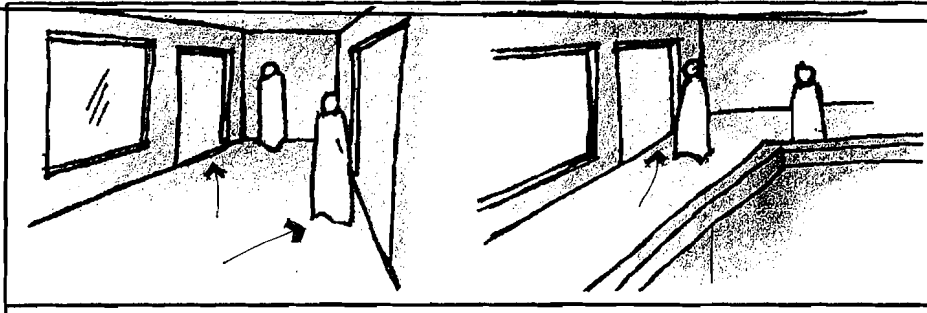
Sirkulasi yang terjadi adalah sirkulasi linear dengan mengikuti ruang-ruang yang ada, sehingga setiap ruang mempunyai kesempatan untuk didatangi pengunjung.



Gambar 54. Pola sirkulasi

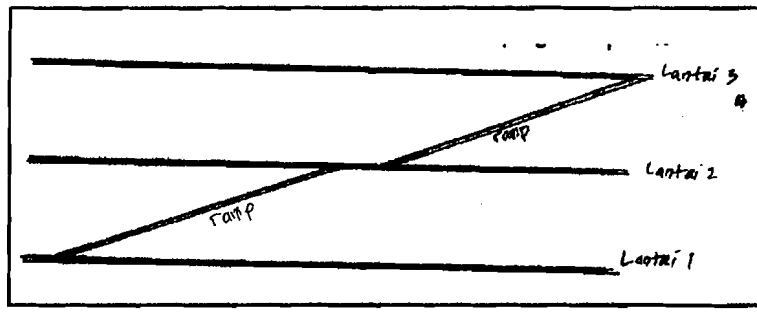


Sirkulasi pengunjung menggunakan sirkulasi tertutup dan terbuka satu sisi, dengan konsep kemudahan dalam pencapaian yang dituju.

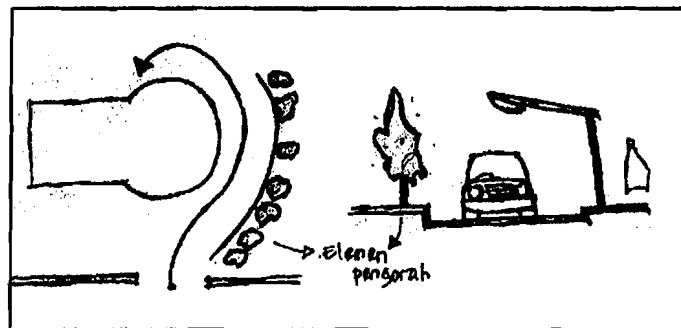


Gambar 55 Sirkulasi pada auto mall  
Sumber : Data Analisa

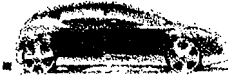
Untuk sirkulasi vertikal digunakan sistem ramp lurus dalam mencapai ketinggian tiap lantai. Sedangkan sirkulasi area bengkel memiliki jalur tersendiri dengan pemisahan antara pejalan kaki dengan kendaraan yang akan parkir.



Gambar 56 Sirkulasi vertikal ramp  
Sumber : Data Analisa

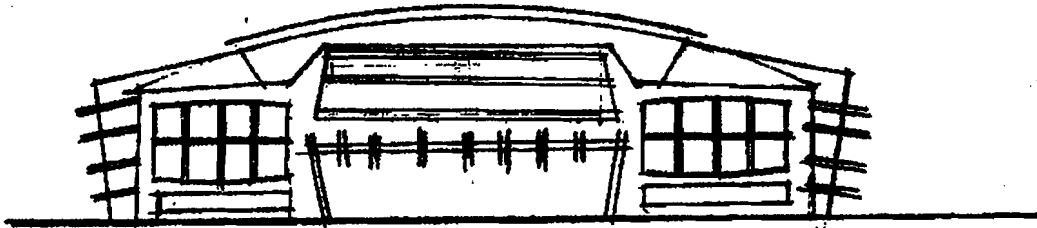


Gambar 57 Sirkulasi area bengkel  
Sumber : Data Analisa



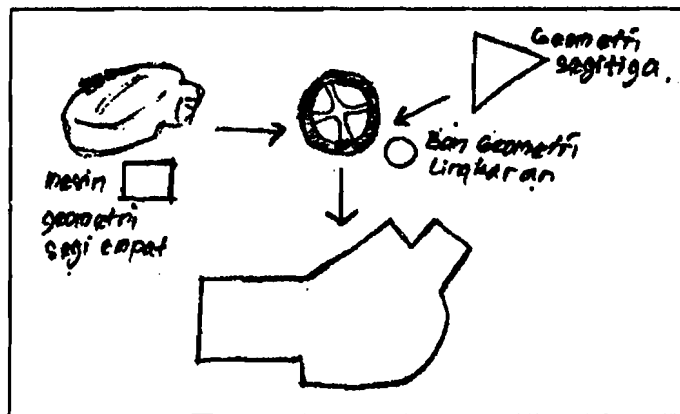
#### 4.4. Konsep Bentuk dan Penampilan Bangunan

Konsep penampilan bangunan menggunakan unsur-unsur yang diambil dari otomotif yang dianalogikan menjadi bagian-bagian dari fasade bangunan. Unsur-unsur yang diambil merupakan unsur yang mencirikan otomotif dan dapat dikenal masyarakat luas.

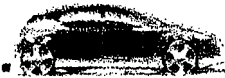


Gambar 58 Fasade Bangunan  
Sumber : Data Analisa

Konsep bentuk bangunan tetap menggunakan unsur-unsur otomotif yang mempunyai bentuk geometris seperti segi empat, lingkaran, segi tiga. Bentuk-bentuk ini digabungkan menjadi satu bentuk yang mampu menampung fungsi bangunan.

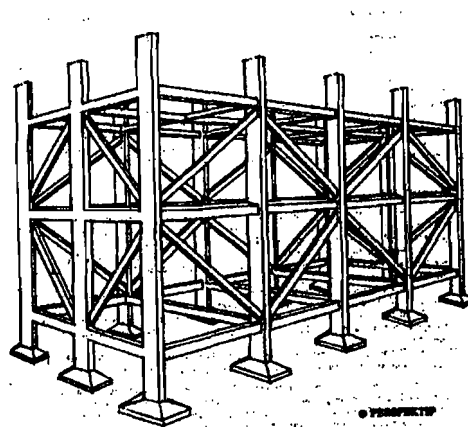


Gambar 59 Bentuk Bangunan  
Sumber : Data Analisa



4.5. Konsep Dasar Struktur dan Bahan

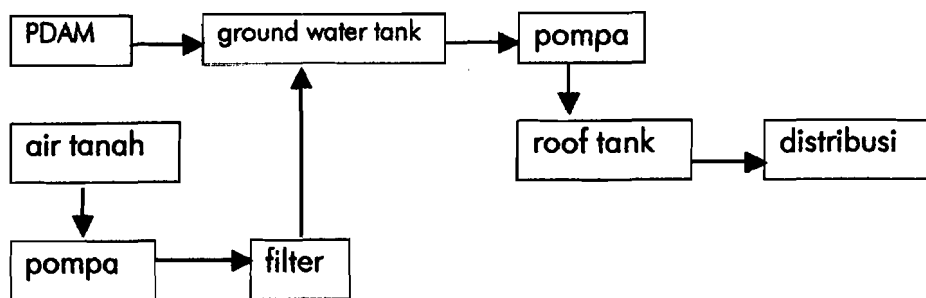
Sistem struktur yang digunakan adalah sistem struktur rangka rigid/ kaku dengan bahan komposit beton dan baja. Hal ini mengingat struktur harus mampu menahan beban kendaraan dan barang-barang yang tergolong berat. Struktur-struktur lainnya dapat diterapkan sesuai dengan fungsinya, dengan pemanfaatan bahan yang tepat seperti baja, space frame yang dipadu pelapisan material tertentu untuk finishingnya dalam mencapai citra komersial.



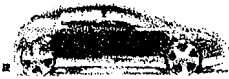
Gambar 60. Sistem rangka bangunan

4.6. Konsep Dasar Utilitas

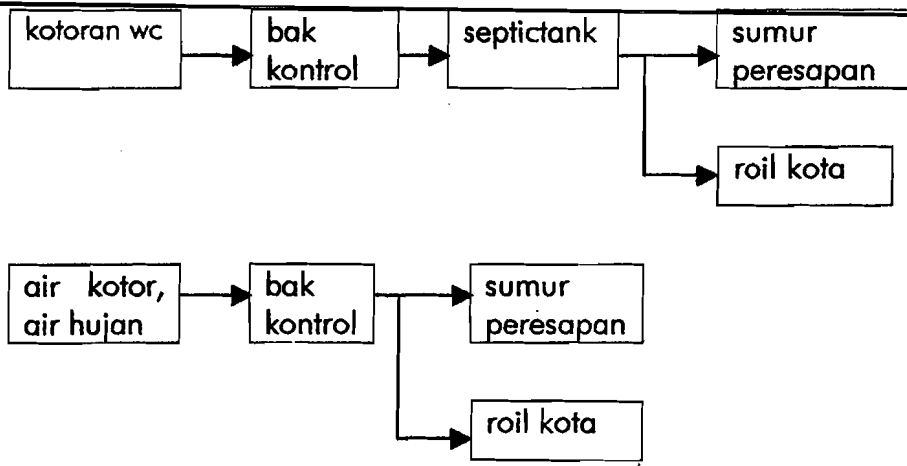
4.6.1. Sanitasi dan Penyediaan Air Bersih



Gambar 61. Sistem penyediaan air bersih  
 Sumber : Catatan kuliah SK 2

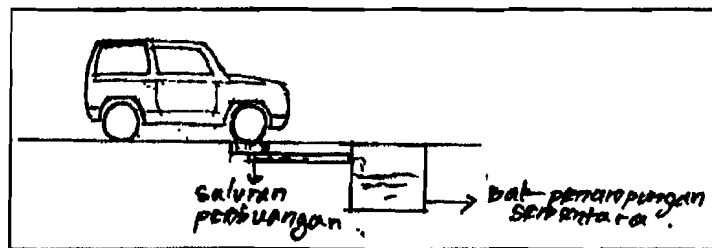


4.6.2. Drainase dan sistem pembuangan



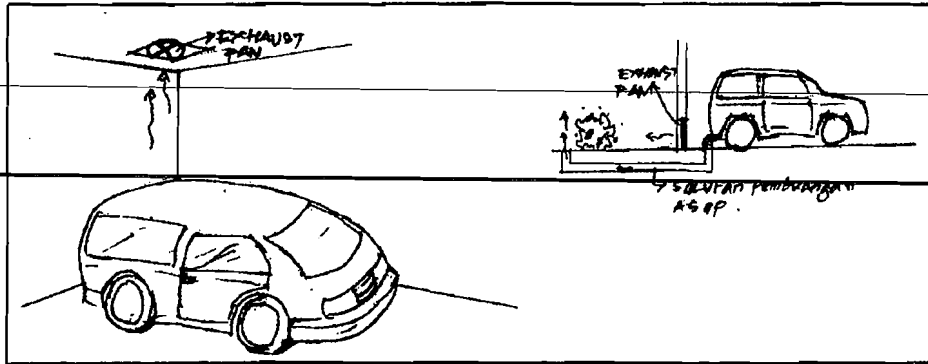
Gambar 62 Drainase dan sistem pembuangan  
 Sumber : Catatan kuliah SK 2

Penangan limbah dari mobil, seperti oli/ minyak pelumas dan lain-lain menggunakan sistem penampungan sementara. Dari penampungan tersebut kemudian diambil untuk dibuang.



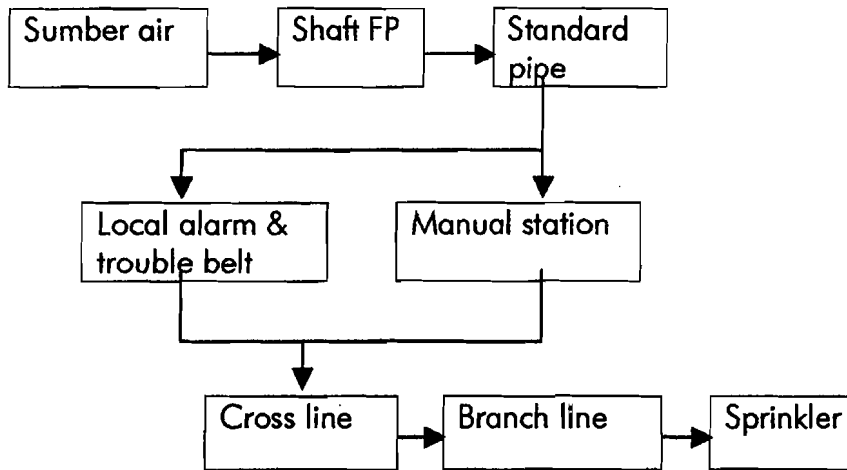
Gambar 63 Pembuangan limbah oli/ minyak

Untuk limbah asap ditangani dengan pengadaan exhaust fan pada ruang-ruang yang terlewati oleh mobil seperti saat melintas diramp. Pada bengkel dilakukan penyaluran secara langsung melalui pipa dibawah lantai yang disalurkan keluar.



Gambar 64 Pembuangan limbah asap

4.6.3. Fire Protection

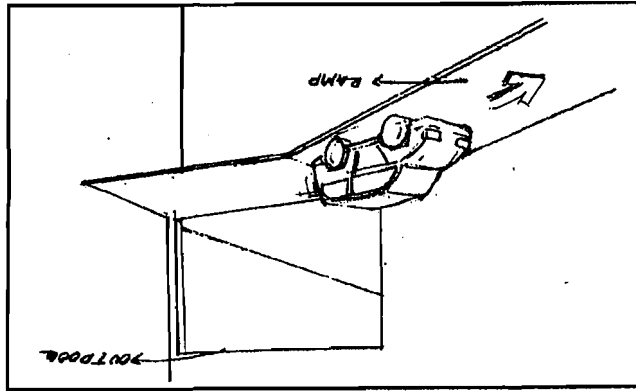


Gambar 65 Sistem fire protection  
 Sumber : Catatan Kuliah Utilitas

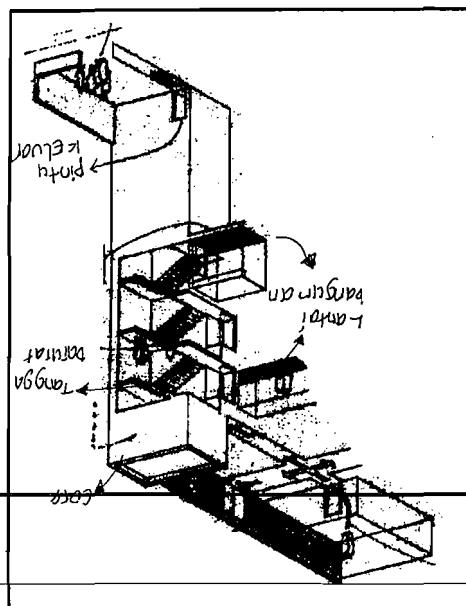
Untuk sistem fire protection bagi pengunjung, disediakan tangga darurat dengan posisi yang mudah dicapai dan dicari. Sedangkan untuk mobil-mobil yang dipamerkan, penanganan jika terjadi kebakaran dengan cara melalui ramp-ramp yang ada.

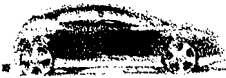


Gambar 67 Fire exit untuk mobil

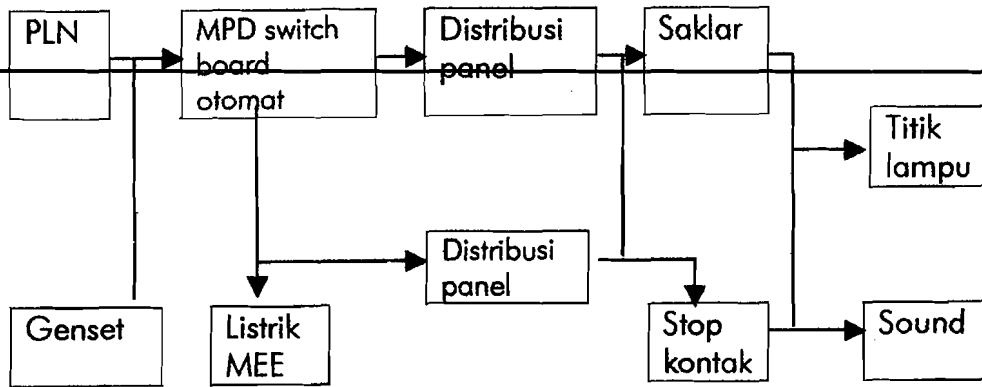


Gambar 66 Sistem tangga darurat

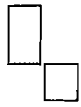




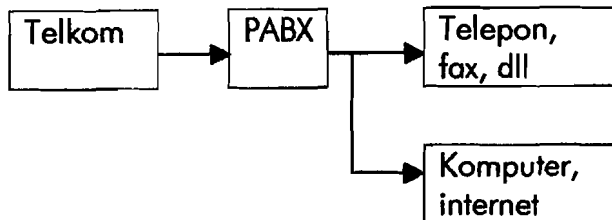
#### 4.6.4. Sistem Mekanikal Elektrikal



Gambar 68 Sistem kelistrikan  
 Sumber : Catatan kuliah Utilitas



#### 4.6.5. Sistem Komunikasi



Gambar 69. Sistem komunikasi  
 Sumber : Catatan kuliah Utilitas

## DAFTAR PUSTAKA

[www.motorplus-online.com](http://www.motorplus-online.com)

[www.otomotif-online.com](http://www.otomotif-online.com)

Majalah Property, Th 1997, No. 38, Boom Pusat Belanja.

Clorendon press, 1993, "The Oxford English Dictionary".

Boddel, "Automotive Fundamental".

Basu Swastha DH, Drs. Azas-azas Marketing.

Neufert, 1977, Architects Data, Crosby Lockwood Staples London

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Bahasa Indonesia.

Francis D.K. Ching, 1996, Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya, Erlangga.

YB. Mangun Wijaya, Wastu Citra.

Ishar, H.K, Pedoman Umum Merancang Bangunan, Jakarta : PT Gramedia.

Van Hoeve, 1982, Iktiar Baru Ensiklopedia Indonesia, Jakarta.

Tabloid Otomotif, Pebruari 1997, No. 41/VI 17.

Aris Sulistiyanto, JTA, UII 2002.

RS. Northop, Service Otomobil.

Rinorthen, 1997, Shopping Centres a Developer of Estate Management.

Nadine Bendington, 1982, Design for Shopping Centre, Butterworth Desing Series.

Victor Gruen, 1960, Shopping Town USA, The Planning of Shopping Centres.

Majalah MOTOR Edisi khusus 13-26 September 1997, No. 53/VIII.

David moon, 1981, Shop and Planning Design, London The Architecture Press.

Joseph De Chiara & John Callender, Time Saver Standard for Building Types

Ir. Setyo Setiadji Soepadi, Anatomi Denah.

Rustam Hakim, Unsur Perancangan dalam Arsitektur Lansekap.