LAPORAN PERANCANGAN

SHOWROOM HONDA DI JOGJAKARTA

Penekanan Pada Identitas Citra Bangunan
Dan Ruangan Yang Atraktif

HONDA SHOWROOM IN JOGJAKARTA

With Emphasize Image building Identity
And Attractive Gallery

Disusun Oleh :

SAPTA HERI B.R.
99512041

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2004

Lembar Pengesahan

Tugas Akhir Perancangan

Judul :

SHOWROOM HONDA DI JOGJAKARTA

Penekanan Pada Penampilan Citra Bangunan
Dan Ruangan Yang Atraktif

HONDA SHOWROOM IN JOGJAKARTA

With Emphasize Image building Identity
And Attractive Gallery

Oleh :

SAPTA HERI B.R.
99512041

Mengetahui,
Ketua Jurusan Arsitektur

(IR. Revianto B. Santoso, M.Arch)

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

(IR. H. Toni Kunto Wibisono)

KATA PENGANTAR

Alhamdulilahirobbila'lamin, berkat rahmat, hidayah, inayah dan ridho dari Allah SWT yang maha menguasai dan mengatur segalanya, laporan Tugas Akhir ini akhirnya dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Ya Allah, semoga dengan selesainya Tugas Akhir ini dapat memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat sebagai penerapan teori yang diperoleh selama kuliah. Semoga laporan ini juga dapat menjadi bekal yang bermanfaat bagi umat serta dapat berguna bagi siapapun yang membutuhkannya.

Selaku penyusun kami sudah berusaha mempersembahkan dengan sebaik - baiknya. Akan tetapi kami menyadari masih banyak kekurangan dan kekeliruan oleh karena terbatasnya ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh. Untuk itu kami mohon petunjuk, saran dan kritik guna penyempurnaan laporan ini.

Selesainya laporan ini tak lepas dari bantuan, petunjuk dan dukungan dari orang lain. Untuk itu tak lupa kami persembahkan ungkapan rasa terima kasih kepada :

1. IR. Revianto B. Santoso, M.Arch selaku kepala jurusan Arsitektur.
2. IR. H. Toni Kunto Wibisono selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan petunjuk serta dukungan selama tugas akhir.
3. Bapak dan ibunda tercinta atas dukungan semangat, do'a, materi dan segala pengorbanan tanpa pamrih yang telah engkau berikan dengan tulus dan ikhlas.
4. Mbak lala, Mbak puput, dan Ratna atas semangat, doa, dan dukungan yang engkau berikan. (Mbak Puput, Rudi makasih banget dibimbing selama di Jogja)
5. Reni atas segala bantuan, doa, semangat dan dukungan yang selalu kau berikan. Maaf ya kamu ikut stres gara-gara TAku. U are my best, my love, my inspiration.

6. Mas Yudhit, Tikhe, Dewi, Yuyun dan Niar atas semangat, doa dan dukungannya.
7. Anak kost Pak Juanda :Irvan, Asep, Antok, cundo atas bantuan, dukungan, semangat dan kebersamaan selama 5 (lima) tahun yang kita lalui dalam suka dan duka. Kalian menyenangkan.....
8. Sobat seperjuangan : Johan, Bandri, Totok, Agus, Randi, Bagus (akhirnya kita selesai juga), Dani, Cundok, Andi (bos kita selesai), Karyo, Fauji, Farid, Agung, Bondan, Helmi, Ayok, Budi, Makmun, Dian, Afie, Tika, Desi. Thank for all, met berjuang semoga sukses.
9. Budi, Agus, Dani, Andi, Makmun, Rahmat, Johan, Manik, Joko, Iwan, Bagus, Agung, Mulkan, Yudha, Anang, alipio, Arif, sadir, Adios, pipit co, pipit ce, Nita, Nur, Tika, Desi, Ayu, Ratna, mas Barep dan semua anak studio periode V Tahun 2004 atas bantuan dukungan semangat dan kebersamaan selama di studio.
10. Semua anak-anak 99' atas bantuan, dukungan dan persahabatan semoga kita tak terpisahkan jarak dan waktu. Sukses buat semua.
11. Omen dan Yosep atas bantuan dan dukungannya.
12. Teman-temanku : Elvin, Oyak, Rica, Ifan, Yayan, Andre, Citra, Mira, Atik, Kritiana, Ratna, Endah, atas dukungan dan doanya. (kapan kita kumpul-kumpul lag i)
13. Pihak-pihak lain yang turut membantu kelancaran Tugas Akhir ini, semoga Allah SWT membalas dan melipat gandakan amal dan kebaikan yang telah diberikan . Amin.

Jogjakarta, Agustus 2004

Penyusun

(Sapta Heri B.R.)

ABSTRAKSI

Showroom Honda Di Jogjakarta

Penekanan Pada Penampilan Citra Bangunan Dan Ruangan Yang Atraktif

Perkembangan dunia otomotif di Indonesia khususnya di Jogjakarta sekarang ini semakin meningkat yaitu dapat terlihat dengan adanya fasilitas-fasilitas atau banyaknya perusahaan yang muncul di Jogjakarta sebagai wadah atau tempat pengembangan dunia otomotif, salah satunya adalah showroom mobil dan motor.

Showroom adalah wadah aktifitas yang memberikan pelayanan kepada public, costamer, pelanggan yang menginginkan jasa atau informasi mengenai otomotif, selain pengenalan lebih dekat terhadap barang yang diperagakan juga mengadakan kegitan penjualan secara langsung. Showroom ini dikhususkan untuk menampung mobil Honda, karena mobil Honda memiliki banyak keunggulan. Selain itu fungsi showroom tersebut bukan hanya sebagai ruang pamer tetapi juga sebagai perbengkelan, penjualan aksesories dan spearpart, pencucian mobil dan lain-lain.

Showroom Honda ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek penampilan bangunan aerodinamis sebagai penampilan bangunan komersial dan layout ruang pamer yang atraktif untuk menarik public memberi suasana ruang yang berkesan dinamis, bebas dan nyaman. Pemilihan lokasi site terletak dijalan magelang km 7, karena lokasi ini mempunyai potensi sebagai lingkungan komersial khususnya yang berhubungan dengan kegiatan otomotif.

DAFTAR ISI

BAB I
PENDAHULUAN

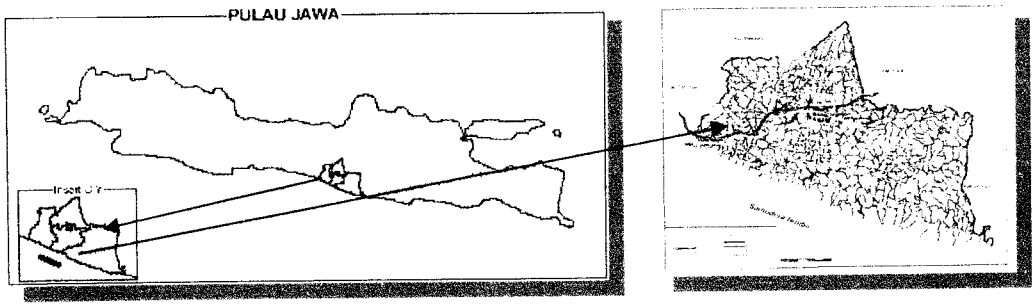
1.1 LATAR BELAKANG

1.1.1 KONDISI WILAYAH JOGJAKARTA

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah satu dari 29 propinsi (kini 31 propinsi) di Indonesia yang terdiri atas 5 wilayah. Kotamadya Yogyakarta dengan kota Yogyakarta yang sekaligus menjadi ibu kota propinsi, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulon Progro, Kabupaten Gunung Kidul. Luas wilayah Yogyakarta sekitar 3.185,81 km2 dengan total populasi (Desember 1997) adalah 3.226.443 jiwa. Propinsi ini terkenal sebagai pusat kebudayaan dan pendidikan serta menjadi tujuan utama wisatawan.

Letak geografis Daerah Istimewa Yogyakarta berjarak hampir sama dari dua gerbang internasional penting Indonesia, sekitar 600 km dari Jakarta dan 1.000 km dari Bali. Yogyakarta juga telah memiliki alat transportasi perhubungan yang memadai dengan bis, kereta atau pesawat terbang sepanjang Jawa, Sumatera, Bali, dan Lombok.

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah daerah yang relatif kecil atau sempit, tetapi kaya akan seni dan budaya yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Itulah sebabnya sebagian orang mengakui bahwa Yogyakarta merupakan tempat lahirnya budaya Jawa. Yogyakarta juga memiliki banyak obyek wisata di lereng gunung, pantai dan serta obyek wisata lain dengan pemandangan indah.



Peta Propensi DIY.sumber triple A

1.1.2 Kondisi geografis

DIY adalah salah satu propensi dari 29 propensi diwilayah Indonesia dan terletak di pulau jawa bagian tengah. DIY dibagian selatan dibatasi oleh lautan Indonesia, sedangkan di timur laut, tenggara, barat, dan barat laut di batasi oleh wilayah.propensi Jawa Tengah.

Letak geografis DIY terletak antara 7'33"-8'15' Lintang Selatan dan 110'5'-100'50' Bujur Timur. Luas Propinsi DIY 3.185,81 km2 atau 0,17% dari luas Indonesia. Propensi DIY terdiri dari 4 kabupaten dan 1 Kotamadya, 75 Kecamatan, 438 Kelurahan/Desa dan 5122 dusun.

Didominasi oleh daratan dengan ketinggian rata-rata 0-700 m dari permukaan laut (81,56%). Beberapa wilayah di Gunung Kidul dan Kulonprogo merupakan wilayah pegunungan atau bergunung-gunung. Kondisi geografis pegunungan merupakan salah satu kendala dalam pengembangan jaringan jalan yang ideal. [1]

1.1.3 Kependudukan

Penduduk di Kabupaten Sleman adalah yang terbanyak pada tahun 2001 dan ada kecenderungan yang kuat bahwa pertumbuhan wilayah ke arah utara akan terus meningkat. Kota Yogyakarta adalah yang terpadat (15.413 jiwa/km2) sedangkan Gunung Kidul dengan hanya 503 jiwa/km pada tahun 2001 menjadi kabupaten paling jarang penduduknya.

49,45% penduduk Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta bekerja di sektor pertanian, perdagangan besar, eceran dan rumah makan. Sedangkan dari komposisinya 35,09% dari jumlah tersebut merupakan pekerja kasar, 19,45% merupakan pekerja produksi dan sisanya merupakan tenaga tata usaha, penjualan dan usaha jasa tingkat rendah.

Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk secara tidak langsung juga akan mempengaruhi jumlah sarana prasarana yang dibutuhkan penduduk untuk keperluan transportasi.[2]

---

1 www.pustaka.com

2 www.pustaka.com

1.1.4 Perekonomian secara umum

Semakin maraknya sektor pariwisata di Yogyakarta dari tahun ke tahun, membuat semakin giat laju roda kegiatan perekonomian dan perdagangan di kota ini. Sektor pariwisata inilah sebagai pondasi perekonomian DIY, dimana dengan kegiatan kepariwisataan itu menghasilkan suatu sektor perekonomian bagi masyarakat yaitu sektor perdagangan Pertumbuhan perekonomian Kodya JogJa dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup berarti , dimana dengan pertumbuhan ini dapat dilihat bahwa peta perekonomian Propinsi D.I.Y relative kuat dari perbandingan terhadap perekonomian Indonesia.

Dari tahun 1994 - 1996 perekonomian Kodya Yogya mengalami kenaikan, dari 8.57%, 9.94% dan kemudian naik 9.12%, tetapi mulai tahun 1997-1998 mengalami penurunan dari 4.76%, kemudian turun -11.11% (akibat krisis moneter yang melanda Indonesia). Tetapi mulai tahun 1999-2000 mengalami kenaikan dari 3.62% menjadi 9.25% Produk Domestik Regional Bruto di Kodya Yogya juga mengalami peningkatan mulai tahun 1994-2000.

Sektor jasa merupakan sektor yang terbesar kontribusinya bagi PDRB Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu 20,35%, diikuti oleh sektor pertanian dengan 17,37% dan sektor perdagangan, hotel dan restoran dengan 16,53%.

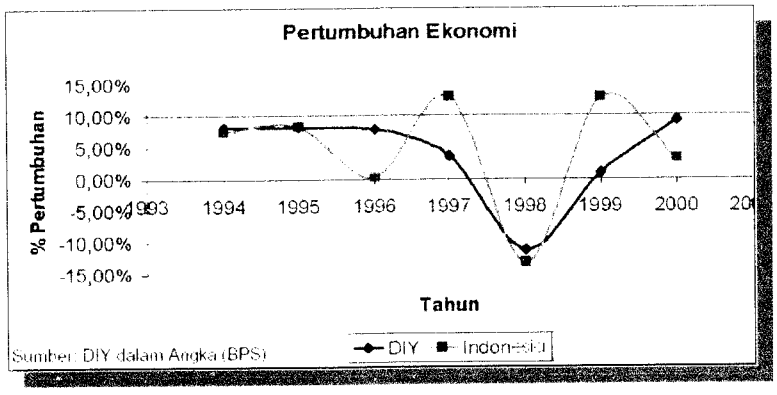
Jika dilihat dari distribusi PDRB, wilayah Sleman dan Kota Yogyakarta adalah penyumbang terbesar. Hal ini merupakan indikator bahwa kedua wilayah tersebut merupakan pusat perekonomian wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Jika dilihat dari pendapatan perkapitanya, Kabupaten Kulonprogo mempunyai pendapatan perkapita yang paling rendah (dibawah satu juta Rupiah tiap tahun),

dan paling besar di Kota Yogyakarta dengan lebih dari 3,5 juta Rupiah tiap tahunnya. [3]

---

[3] www.pustaka.ugm.ac.id



Grafik Pertumbuhan Ekonomi D.I.Y.sumber triple A

1.1.5 Transportasi

Jaringan jalan yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta hanya 37,14% saja yang berada pada kondisi mantap, sisanya berada pada kondisi tidak mantap atau rusak. Kebanyakan jalan yang berada pada kondisi rusak merupakan jalan-jalan kabupaten yang vital peranannya bagi perkembangan kabupaten terutama dalam menghubungkan antar wilayah dalam wilayah kabupaten.

Jumlah kendaraan bermotor yang tercatat di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah berjumlah lebih dari 705.559 unit dari berbagai jenis yang didominasi oleh sepeda motor. Pada kenyataannya jumlah sesungguhnya kendaraan bermotor yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta jauh melebihi jumlah tersebut terutama karena keberadaan kendaraan bermotor dari luar wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. [4]

- **Jalan raya**

Jalan Raya merupakan sarana utama yang sangat diperlukan untuk transportasi dan kelancaran roda perekonomian, maka kondisi dan kegunaannya harus diperhatikan. Tahun 2001, dari 4.919.323 km panjang jalan di D.I. Yogyakarta (naik 1,14 persen dibandingkan tahun 2000),

---

4 www.Bappeda.org

panjang jalan Negara sekitar 3,22 persen, panjang jalan propensi 14,64 persen, dan panjang jalan kabupaten /kota mencapai 82,14 persen. Dengan jenis permukaan 55,90 persen aspal, 18,04 persen krikil, dan sisanya 22,06 persen tanah.

Keadaan Jalan	Kulon progo	Bantul	Gunung kidul	Sleman	Yogyakarta	Propinsi DIY
Jenis permukaan	943.103	954.050	851.860	1.085.130	206.600	4.040.743
Diaspal	367.753	482.350	375.960	635.300	206.600	2.067.963
kerikil	250.750	119.700	465.100	51.900	-	887.450
Tanah	324.600	352.00	10.800	397.930	-	1.085.330
Tidak Terinci	-	-	-	-	-	-

Tabel panjang jalan Kabupaten /Kota DIY. sumber BPS DIY

Dilihat menurut kondisi jalan, sekitar 36,91 persen dalam kondisi baik, 20,92 persen dalam kondisi sedang, dan sekitar 42,17 persen dalam kondisi rusak dan rusak berat.

Keadaan jalan	Kulon progo	bantul	Gunung kidul	Sleman	Yogyakarta	Propinsi DIY
Kondisi jalan	943.103	954.050	851.860	1.085.130	206.600	4.040.743
Baik	59.054	242.600	411.240	394.220	204.532	1.311.646
Sedang	222.614	119.450	114.820	241.010	2.068	699.962
Rusak	416.335	563.200	297.100	442.400	-	1.719.035
Rusak berat	245.100	28.800	28.700	7.500	-	310.100
Tidak terinci	-	-	-	-	-	-

Tabel kondisi jalan Kabupaten /Kota DIY. sumber BPS DIY

1.2 PERKEMBANGAN OTOMOTIF DI JOGJAKARTA

Perkembangan penjualan mobil secara nasional dari tahun 1998-2000 berangsur-angsur mengalami kenaikan, walaupun tidak setinggi dengan penjualan sebelum krisis moneter yang terjadi sebelum tahun 1997. Dari perkembangan penjualan kendaraan roda empat yang mulai meningkat ini membuktikan bahwa kebutuhan akan fasilitas sarana transportasi pribadi secara nasional mulai meningkat pula.

Peningkatan penjualan kendaraan roda empat secara nasional juga mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan mobil yang ada di Jogjakarta. Dengan peningkatan penjualan di Jogjakarta sebesar 10% pada tiap tahunnya. setelah krisis moneter pada tahun 1997. Menjadi tuntutan bagi kota Jogjakarta untuk mengimbangi tingkat penjualan mobil dengan adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung tentang keberadaan roda empat tersebut.

Jogjakarta merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi untuk pengembangan usaha dibidang yang bersangkutan dengan permobilan, hal ini dapat dilihat dari jumlah kendaraan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

1.2.1 Jumlah kendaraan bermotor yang terdaftar menurut jenisnya di Propensi D.I.Y

Jumlah kendaraan bermotor yang terdaftar di D.I.Y pada tahun 2002 tercatat sebanyak 705.559 unit (naik 11.02 persen dari tahun 2001) yang terdiri dari 9.95 persen mobil penumpang, mobil beban sebanyak 4.37 persen, 1.05 persen bus dan 84.63 persen persen sepeda motor atau tercatat 597.143 unit.

JENIS KENDARAAN	1998	1999	2000	2001	2002
Sedan	17.810	18.561	19.996	21.059	22.060
Jeep	7.372	7.623	7.924	8.801	8.719

Station Wagon	32.036	34.862	36.407	37.459	39.424
Oto Bus	5.540	5.642	5.751	6.591	7.397
Truk	8.498	8.637	8.960	9.709	9.829
Pick Up	16.103	16.109	16.111	12.207	20.645
Sepeda Motor	220.587	250.346	268.809	517.611	575.264
Scuter	20.751	21.135	21.824	21.866	21.879
JUMLAH	328.697	362.918	385.782	635.303	705.217

Tabel jumlah kendaraan bermotor menurut jenisnya di Propensi DIY. sumber BPS DIY

Perkembangan itu juga dapat terlihat dengan adanya fasilitas-fasilitas atau banyaknya perusahaan yang muncul di Jogjakarta sebagai wadah atau tempat untuk pengembangan dunia otomotif khususnya di Jogjakarta.

Perkembangan itu dapat dilihat pada table berikut ini :

KABUPATEN / KOTA	JUMLAH PERUSAHAAN
KABUPATEN KULON PROGO	1
BANTUL	7
GUNUNG KIDUL	3
SLEMAN	25
KOTA JOGJAKARTA	32
JUMLAH	68

Tabel banyaknya penjualan, pemeliharaan, reparasi mobil dan sepeda motor,penjualan eceran bahan baker. Sumber BPS DIY.

1.3 HONDA

Honda adalah kendaraan roda 4 yang didesain untuk mobil pribadi dengan keamanan yang sudah diuji dan mampu memberikan kenyamanan pada penggunanya.

Honda mengembangkan teknologi inovatif yang menggabungkan unsur ekologi, keamanan dan penampilan dalam merancang kendaraan. Semua aspek produk Honda mulai dari desain sampai produksi dirancang agar lebih ramah lingkungan. Lima faktor e-tech:

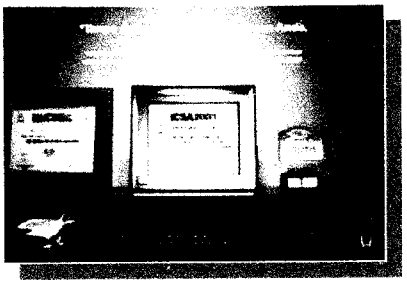
1. Emisi gas buang yang lebih bersih untuk udara yang lebih segar
2. Efisiensi maksimal pada bahan bakar
3. Penggunaan bahan bakar alternatif
4. Recycleable parts
5. Pembuatan "Green Factories" (kawasan pabrik ramah lingkungan)

Selain memperhatikan lingkungan, produk Honda tentunya tidak melupakan kenyamanan konsumen dalam mengemudi. Itulah sebabnya Honda mempunyai komitmen tidak hanya membuat produk yang ramah lingkungan dan aman tetapi juga memperhatikan penampilan.

1.3.1 PENGHARGAAN PADA HONDA

1.3.1.1 Jadi Bintang di kategori sedan kelas menengah, All-New Honda Accord capai peringkat dua sedan kelas atas.

Jakarta, 20 Oktober 2003 - All-New Honda City, andalan baru PT Honda Prospect Motor untuk mobil sedan kelas menengah, meraih penghargaan pada Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA), sebuah anugerah penghargaan berdasarkan survei kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh majalah dwi-mingguan Swa dan Frontier - Marketing Research Consultant. Selain itu, All-New Honda Accord juga masuk ke jajaran kedua kategori mobil sedan kelas atas

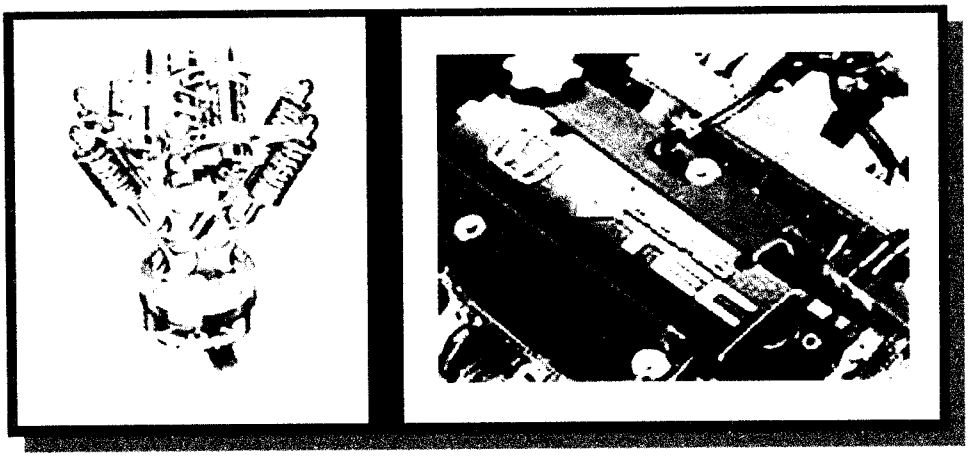


Penghargaan ICSA

1.3.1.2 Sedan Kelas Atas

Untuk kategori mobil sedan kelas atas, All-New Honda Accord, menduduki peringkat kedua setelah Mercedes Benz, dan diikuti oleh BMW.

1.3.2 TEKNOLOGI MESIN



Sistem ini merupakan hasil karya para insinyur Honda yang telah menciptakan keunggulan "dua mesin dalam satu" ... yaitu sistim revolusioner Variable Valve Timing and Lift Electronic Control (VTEC). Terinspirasi oleh tantangan-tantangan dari Formula Satu, mesin-mesin revolusioner ini merupakan keseimbangan sempurna antara tenaga balap dan kesadaran terhadap lingkungan yang selalu mengandalkan efisiensi mulai dari kondisi mesin diam sampai ke kerja maksimum. Untuk penggunaan dalam kota, sistem VTEC akan menganugerahkan anda konsumsi bahan bakar yang efisien yang secara langsung menurunkan tingkat emisi dan polusi. Tetapi pada saat anda meluncur di jalan bebas hambatan, kehebatan mesin ini akan memberikan anda kekuatan yang anda kehendaki dan kapan saja.[5]

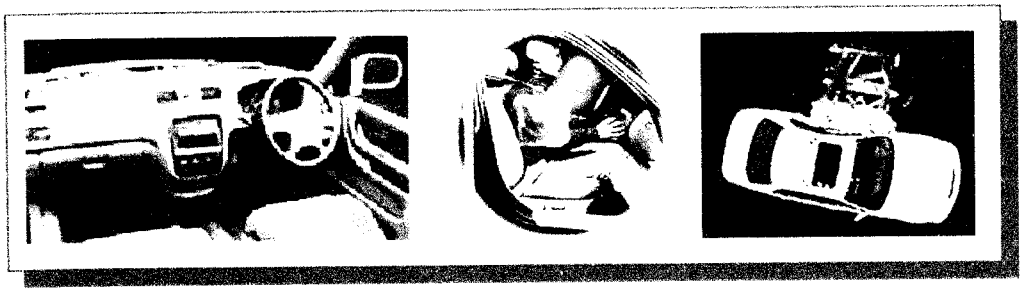
---

5 www.honda-indonesia.com

1.3.3 SISTEM KEAMANAN DAN KENYAMANAN PADA HONDA

1.3.3.1 SISTEM SRS

Sebagai hasil pengembangan dari standar sistem dua air bag SRS, sistem i-SRS mengatur penggunaan air bag depan dan pretensioner sabuk pengaman depan sehingga perlindungan terhadap penumpang menjadi lebih optimal sesuai dengan besarnya tingkat benturan dari arah depan. Sistem ini juga mengirimkan signal yang akan membuka semua pintu 10 detik setelah air bag atau sabuk pengaman pretensioner bekerja.



1.3.3.2 SISTEM ABS

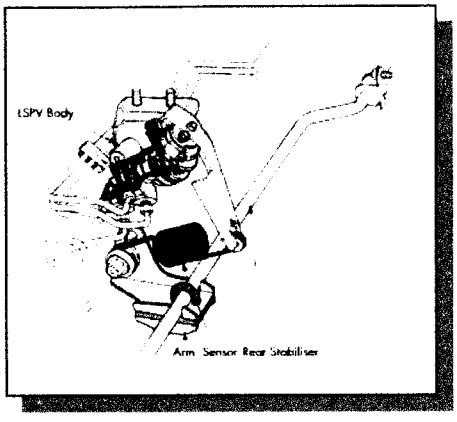
Sebuah sistem yang mencegah roda mengunci dalam pengereman mendadak, atau ketika kendaraan melintas di permukaan licin, dan menjaga agar kendaraan tetap terkendali. Sistem ini memungkinkan pengendara terlindungi dari potensi kecelakaan yang disebabkan oleh roda yang mengunci dan membuat kendaraan tak terkendali

1.3.3.3 SISTEM LEV

LEV adalah suatu istilah yang diterapkan kepada kendaraan yang telah memenuhi standar undang-undang anti-polusi di negara bagian Kalifornia, Amerika Serikat. Sebagai bagian dari program pengurangan tingkat emisi semua kendaraan yang dijual di negara bagian Kalifornia, pemerintah negara bagian ini telah memutuskan bahwa target penurunan tingkat emisi dapat tercapai dalam waktu beberapa tahun. Pendekatan yang terencana ini telah menghasilkan undang-undang penurunan tingkat emisi terhebat di dunia.

1.3.3.4 SISTEM LSPV

Sistem LSPV digunakan pada sistem kerja rem belakang untuk mengatur tekanan rem pada roda belakang kendaraan. Sistem ini membantu kerja rem menjadi lebih stabil pada saat kendaraan ringan beban dan meningkatkan daya kerja rem dari belakang pada saat beban kendaraan bertambah.



1.3.3.5 SISTEM EBD

Electronic Brake Distribution memanfaatkan bagian dari sistem ABS (Anti Lock Braking System) yang mengatur kekuatan mengerem pada roda belakang. EBD menstabilkan fungsi kerja rem belakang untuk setiap pengereman tanpa perlu mengaktifkan fungsi ABS untuk bekerja.

1.3.3.6 SISTEM ELR

ELR atau Emergency Locking Retractor adalah sabuk pengaman pretensioner yang dilengkapi dengan pembatas beban yang dipasangkan pada kursi penumpang depan. Sabuk pengaman ELR juga dipasangkan pada kursi penumpang belakang semua kendaraan produk

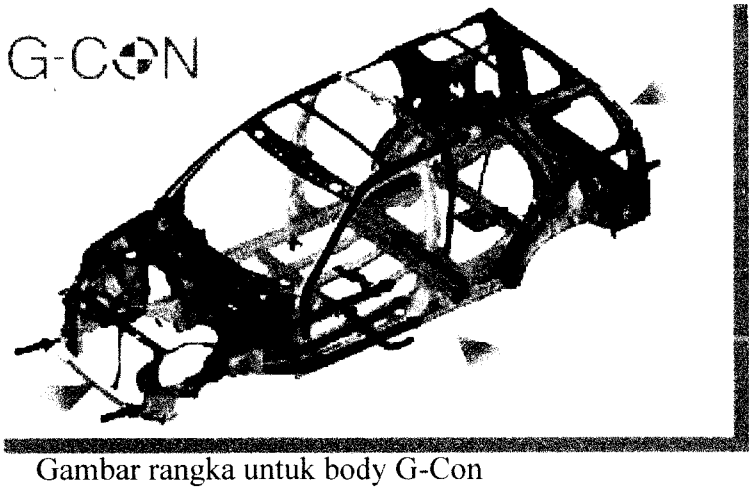
1.3.3.7 SISTEM CVT

CVT adalah tipe perangkat transmisi yang ramah bagi pengendara dan lingkungan. Meskipun konsep transmisi CVT ini sudah sama tuanya dengan sejarah otomotif itu sendiri,

pihak Honda harus bekerja keras untuk merekayasa ide ini agar sesuai dengan tuntutan jaman di abad ke 21 ini, termasuk perangkat full grade logic electronic controls dengan moda drive dan sport sebagai pilihan.

1.3.3.8 SISTEM G-FORCE CONTROL

Perlindungan yang kokoh menjadi barisan pertahanan kedua Honda. Bodi berteknologi G-Force Control menyerap energi benturan dari segala arah dan mengurangi akibat benturan untuk mempertahankan bodi kendaraan. Rangka kabin kokoh dan tidak hancur sebagai zona aman penumpang di dalam kendaraan. Dalam kondisi tabrakan frontal dengan sedan, bumper rendah dan lebar mengurangi resiko kendaraan naik ke atas sedan yang berakibat fatal terbaliknya kendaraan. New CR-V bahkan melebihi standar keamanan dunia untuk tabrakan frontal.[6]



Gambar rangka untuk body G-Con

6 www.hondaindonesia.com

1.3.4 BENTUK AERODINAMIS

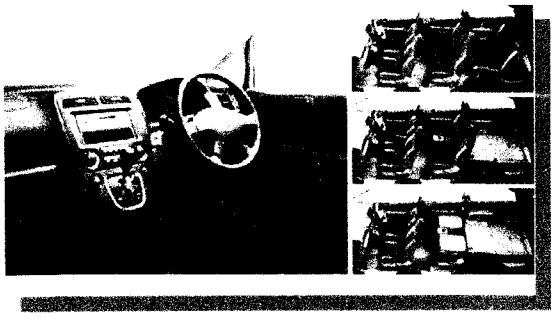
Gaya yang menampilkan performa aerodinamis menghasilkan disain eksterior dengan keseimbangan ideal untuk ketenangan gerakan, kualitas dan tenaga, selain memberikan kontribusi yang besar demi performanya pada kecepatan tinggi, bahan bakar yang ekonomis dan kurangnya tingkat kebisingan.

EKTERIOR

INTERIOR

Disain interior merupakan perpaduan antara bahan-bahan berkualitas tinggi dengan kualitas perakitan yang sangat teliti untuk mencapai pengendalian berkendara yang tepat serta stabilitas penumpang yang lebih baik. Satu kata kunci, "Emotion", lihat, sentuh, kendarai, dan rasakan kenikmatan performa berkualitas tinggi Honda.[7]

1.3.5 RUANG INTERIOR YANG LUAS DAN ATRAKTIF



Dengan konfigurasi penatan tempat duduk 2-3-2 (Honda stream). baris pertama 2 orang mewakili kenyamanan berkendara (driving pleasure). Letak tongkat persneling menempel pada panel instrument. Spedometernya pun sporti dan mudah dibaca. Ditambah dengan kemudi yang mantap serta seperangkat tombol panel pada dashboard yang mudah dijangkau. Memberikan kenyamanan pada penggunanya.[7]

baris kedua kapasitas 3 orang mewakili kelegaan (relaxation) yang menghadirkan ruang kaki yang begitu lapang dan nyaman. Sedangkan baris terakhir kapasitas 2 orang mewakili fleksibilitas, dimana tempat duduk dapat dilipat dalam berbagai kombinasi untuk membentuk bagasi yang lebih luas sesuai dengan segala kebutuhan. Selain itu kelegaan dalam kabin dilengkapi pula dengan audio berkualitas, tempat minum (cup holder), front door pocket, serta sejuknya temperature kabin dari penyejuk udara.

1.4 SEKILAS TENTANG SHOWROOM MOBIL

1.4.1 Arti Showroom

Showroom terdiri dari dua kata yaitu *show* dan *room*, *show* berarti pameran dan *room* adalah ruang[8]. Jika disatukan maka artinya menjadi ruang pamer atau ruang pajang, pengertian tentang showroom adalah tempat dimana perusahaan, baik yang berdiri sendiri maupun yang mengadakan perserikatan dengan perusahaan lain, memperagakan dan menjual hasil produksinya[9]. Jadi showroom merupakan sarana dalam bentuk tiga demensi yang digunakan untuk memamerkan produk dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Pengertian yang lain adalah wadah aktifitas yang memberi pelayanan kepada public, costmer, pelanggan yang menginginkan jasa atau informasi mengenai otomotif. Selain pengenalan lebih dekat terhadap barang yang diperagakan , juga mengadakan kegiatan penjualan secara langsung ini berarti showroom menjadi wadah kegiatan pemasaran

1.4.2 Showroom Mobil Honda

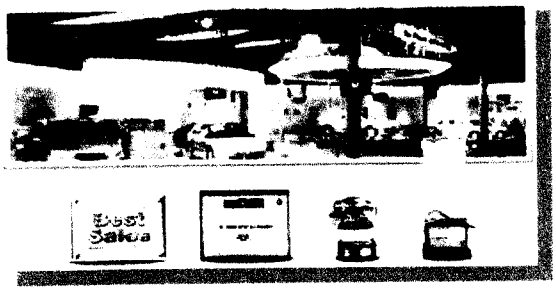
Yaitu gedung pusat penjualan mobil beserta aksesorisnya yang akan menampung satu macam jenis mobil (mobil Honda). terdapat juga ruang pamer yang akan dijadikan tempat pameran produk produk baru/unggulan.

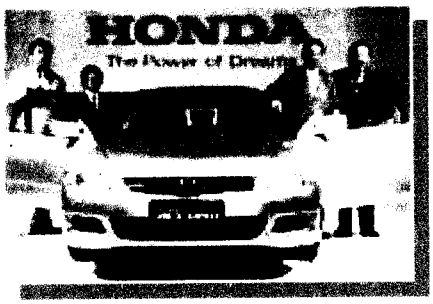
---

8 Prof. Dr. S. Wojowasito W. S. Poerwadarminta, Kamus lengkap bhs. Inggris-indonesia, 1983

9 David mann, shop and planning design London: The architectural press, 1983, hal 19

selain itu juga memberikan layanan professional berupa informasi yang dapat membuka cakrawala baru dunia otomotif khususnya perkembangan mobil Honda.





MOBIL HONDA

Selain itu juga akan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas lain yang menunjang misalnya adanya perpustakaan mobil, kantin, ruang audio visual, internet dan mainan

Tabel setandar mobil produk Honda

jenis	panjang	lebar	tinggi
city	4.310	1.690	1.485
accord	4.830	1.820	1.455
civic	4.435	1.715	1.440
crv	4.550	1.695	1.590
stream	4.550	1.695	1.590

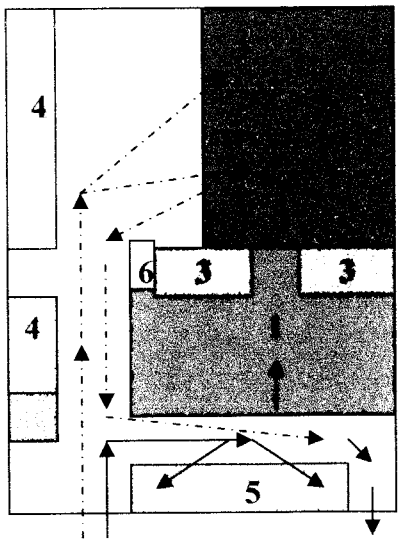
sumber : www.honda-indonesia.com

1.5 Study kasus

1.5.1 PT Anugrah motor

Showroom anugrah motor ini terletak di JL.L.U Adisucipto km 6.5 .bangunan ini terdiri dari dua bangunan yang disatukan menjadi satu yaitu bangunan showroom yang digunakan sebagai ruang pamer dan jual beli sedangkan dibelakangnya terdapat bengkel yang digunakan untuk perbaikan atau untuk chek-up mobil baru. Bangunan ini menggunakan bentuk dasar segi empat.

Gambaran denah dan sirkulasi pengunjung



Keterangan :

1. **Ruag pamer /tempat jual beli mobil**
2. **Bengkel**
3. **Ruang pengelola**
4. **Parkir motor**
5. **Parkir mobil**
6. **Ruang administrasi bengkel**

- - - - - - → sirkulasi pengunjung bengkel

——— → sirkulasi pengunjung showroom

sumber : Analisa penulis

Di bangunan ini kurang adanya fasilitas penunjang. Kapasitas showroom ini mampu menampung kurang lebih 10 mobil. Untuk kapasitas bengkelnya muat sekiter 20 mobil. Pencahayaan sebagian besar menggunakan pencahayaan alami apalagi pencahayaan pada bangunan bengkelnya

Bangunan showroom ini menggunakan Struktur Utama beton bertulang pada bangunan pamerannya dan menggunakan rangka baja pada bangunan bengkelnya

tempat parkir pengunjung showroom kurang memenuhi syarat tidak adanya batas yang jelas dan terkesan kurang diatur daya tampungnya cukup kecil -8 mobil kurang sebanding dengan luasan. bangunan.

Pencapaian kebangunan cukup muda

fasad bangunan banyak terdapat jendela kaca yang bertujuan memberikan kesan terbuka, ringan, dan untuk keperluan pencahayaan

selain itu juga untuk memberikan daya tarik agar mobil bisa dilihat dari luar bangunan

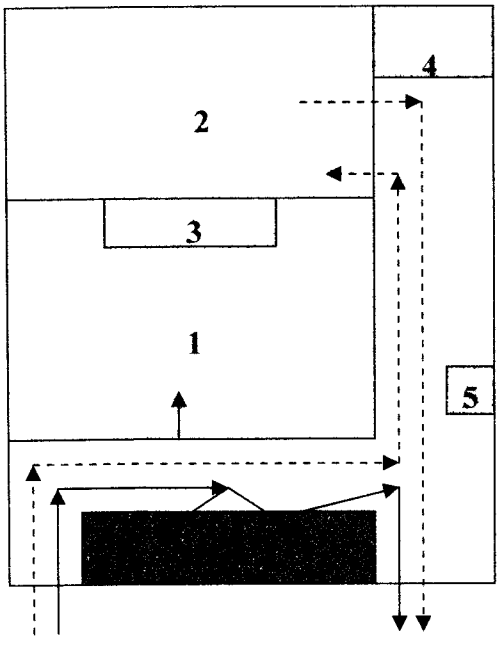
kurangnya fasilitas parkir pada bangunan bengkelnya membuat ruang bengkel terkesan sumpek karena digunakan untuk parkir

kurang teraturnya penataan layout pada ruang pamer

1.5.2 PT Tugu Motor

Showroom ini terdapat di Jogjakarta yaitu tepatnya dijalan host cokroaminoto. Bangunan ini khusus menjual mobil-mobil Honda, bangunan ini juga terbagi atas dua ruang inti yaitu ruang pamer atau ruang jual beli dan bengkel. Tinggi bangunan kurang lebih 8-9 meter dan terbagi atas dua lantai tetapi lantai kedua terdapat dibangunan yang paling belakang yang difungsikan sebagai ruang pengelola.

Gambaran denah dan sirkulasi pengunjung.



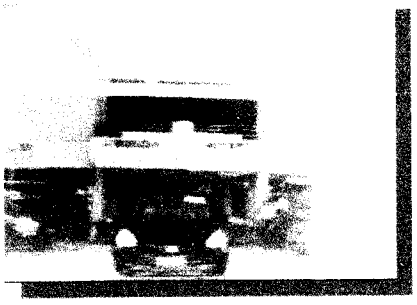
Keterangan :

1. **Ruag pamer /tempat jual beli mobil**
2. **Bengkel**
3. **Ruang administrasi**
4. **Ruang administrasi bengkel**
5. **Satpam**
6. **Parkir mobil**

- - - - - → sirkulasi pengunjung bengkel

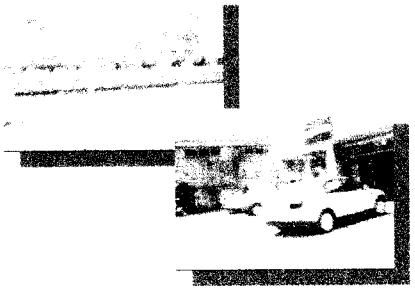
——→ sirkulasi pengunjung showroom

sumber : Analisa penulis



pada pintu masuk kebangunan showroom semua terbuat dari kaca dengan sedikit teralis aluminium memberikan image bangunan terkesan terbuka.

pada fasad bangunan ini juga terdapat jendela-jendela kaca yang difungsikan untuk pencahayaan dan estetika pada tampilan bangunan
pencahayaan pada ruang showroom banyak menggunakan pencahayaan buatan



tempat parkir kurang diatur sehingga banyak kendaraan yang parkir tidak pada tempatnya sehingga mengganggu sirkulasi kendaraan

Penataan ruang pamer yang masih monoton memberikan kesan kurang diatur dan kurang memberikan kenyamanan visual pada pengunjung.

Kesimpulan Perbandingan Showroom Honda

NO	JENIS PERBANDINGAN	ANUGERAH MOTOR	TUGU MOTOR
1.	Wujud Bangunan	2 masa digabung menjadi 1	1 masa besar
2	Kapasitas mobil Di Showroom	10 mobil	13 mobil
3.	Struktur Bangunan	Rangka beton dan rangka baja	rangka beton
3.	Pencapaian ke Banguan.	Dekat dan mudah	dekat
4.	Sifat kegiatan	Tetap	tetap
5.	Sirkulasi pengunjung	Jelas	jelas
6.	Penghawaan	Alami dan Buatan	Alami dan Buatan
7.	Pencahayaan	buatan dan alami	Alami dan buatan
8.	Keamanan pengunjung	Berada didiluar ruang	Berada diluar ruang

Sumber : Analisa penulis

1.6 BANGUNAN SHOWROOM HONDA

1.6.1 Arti Showroom

Showroom terdiri dari dua kata yaitu *show* dan *room*, *show* berarti pameran dan *room* adalah ruang[10]. Jika disatukan maka artinya menjadi ruang pamer atau ruang pajang, pengertian tentang showroom adalah tempat dimana perusahaan, baik yang berdiri sendiri maupun yang mengadakan perserikatan dengan perusahaan lain, memperagakan dan menjual hasil produksinya[11]. Jadi showroom merupakan sarana dalam bentuk tiga demensi yang digunakan untuk memamerkan produk dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Pengertian yang lain adalah wadah aktifitas yang memberi pelayanan kepada public, costmer, pelanggan yang menginginkan jasa atau informasi mengenai otomotif. Selain pengenalan lebih dekat terhadap barang yang diperagakan , juga mengadakan kegiatan penjualan secara langsung ini berarti showroom menjadi wadah kegiatan pemasaran

1.6.2 Showroom Mobil Honda

Yaitu gedung pusat penjualan mobil beserta aksesorisnya yang akan menampung satu macam jenis mobil (mobil Honda). terdapat juga ruang pamer yang akan dijadikan tempat pameran produk produk baru/unggulan. selain itu juga memberikan layanan professional berupa informasi yang dapat membuka cakrawala baru dunia otomotif khususnya perkembangan mobil Honda. Selain itu juga akan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas lain yang menunjang misalnya adanya perpustakaan mobil, kantin, ruang audio visual, internet dan mainan.

1.6.3. Aktifitas dan Jenis kegiatan

- **Aktifitas dalam showroom mobil Honda**

1. Jual-Beli
2. Promosi/Pameran

---

10 Prof. Dr. S. Wojowasito-W. J.S. Poerwadarminta,kamus lengkap,hlm.1083 jembatan,indonesia,1983

11 David mason, shop and planning, design London, The architecture press,1981, hal 30

3. Perbengkelan.

   Kegiatan ini disebut juga pelayanan service yaitu sebagai wujud dari usaha untuk melayani konsumen sebagai persyaratan dari ATPM (Agen Tunggal Pemilik Merk) bahwa setiap main dealer diharuskan mempunyai fasilitas yang lengkap termasuk perbengkelan.

4. Administrative.

   Untuk melancarkan urusan financial dan menunjang ketertiban pembukuan maka perlu adanya bidang administrative. Karena hal ini sangat penting bagi keberadaan perusahaan dimana penjualan mobil adalah penjualan dengan financial yang tidak sedikit.

➢ **Jenis Kegitan Dalam Showroom Honda**

Jenis kegiatan yang diwadahi dalam showroom Honda dapat dilihat dari beberapa sudut pandang :

1 Pandangan pelaku industri, perlunya wadah informasi dan promosi dagang permanen sehingga mampu memudahkan kegiatan transaksi dagang dan mendapat keuntungan dengan menarik minat konsumen.

Fasilitas tersebut menampung kegiatan :

1. Promosi, Ruang pamer/ekshebisi sebagai tempat memperkenalkan produk-produk baru dan produk unggulan kepada konsumen.

   Kegiatan ini dilakukan pada saat produsen meluncurkan produknya yang terbaru (launching) dan produk unggulan. Dalam kegiatan ini pihak produsen biasa menggunakan istilah "launching" pada saat meluncurkan produk baru tersebut. Disini pihak main dealer mengundang klien ataupun pelanggan sebagai pasar pruduksinya dan juga public.

   Tentu saja pameran ini bertujuan untuk mengenalkan produk baru dan unggulannya tersebut dan juga nantinya kegiatan ini dapat meningkatkan kualitas penjualan produknya.

Proses kegiatan yang terjadi adalah sebagai berikut :

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN		DAMPAK
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN	
SALES	MEMBERI INFORMASI KEPADA PENGUNJUNG MEMPERKENALKAN PRODUK BARU	MEJA, KURSI, KOMPUTER	MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PENGUNJUNG DAN MENUNJUKKAN MATERI YANG DIPAMERKAN	-
PENATA DEKORASI	PENATAAN MATERI BERUPA MOBIL HONDA	TEMPAT MELETAKKAN MOBIL	KELELUASAAN GERAK UNTUK MENATA MOBIL MAUPUN MATERI LAINNYA	-
PENGUNJUNG	MELIHAT-LIHAT DAN MENCARI INFORMASI	MATERI YANG DIPAMERKAN	KELELUASAN GERAK UNTUK MELIHAT. MEMBUTUHKAN PENGHAWAAN YANG BAIK. DAPAT LELUASA MELIHAT BAIK DARI LUAR KEDALAM MAUPUN DARI DALAM KEDALAM BANGUNAN ITU SENDIRI. MEMBUTUHKAN SUASANA DARI KEBISINGAN.	-

Sumber : analisa penulis

2. Informasi, Memberikan pelayanan informasi mengenai produk yang dipamerkan dan mengenai perkembangan industri mobil khususnya Honda yang jelas dan otentik.

3. Transaksi dagang, Transaksi jual-beli yang dapat dilakukan oleh produsen dan konsumen dilokasi showroom.

   Jual beli adalah bentuk kegiatan yang menjadi kegiatan utama showroom dimana showroom merupakan salah satu sisi komersial yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan adanya transaksi dari pembelian mobil Honda.

   Kegiatan ini dapat berlangsung bilamana terdapat pedagang yang menawarkan barang dan pembeli sebagai klien. Adapun pedagang disini adalah pihak main dealer dan konsumen sebagai pemakai produk.

   Aktifitas ini berlangsung bilamana antara konsumen sudah merasa cocok akan selera produk yang ditawarkan dan tinggal mengadakan negosiasi dengan pihak main dealer (sales repredsentatif).

Proses kegiatan yang terjadi adalah :

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN		DAMPAK
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN	
PENGUNJUNG	PENGAMATAN TERHADAP MATERI YANG DIJUAL	MOBIL	MEMERLUKAN KELELUASAAN GERAK UNTUK MENGAMATI MATERI	-
SELES DAN KONSUMEN	PENAWARAN DAN TRANSAKSI	MEJA, KURSI, AL MARI, KOMPUTER	PEMBICARAAN YANG BERTUJUAN UNTUK MENCAPAI KESEPAKATAN	-

Sumber : analisa penulis

4. Perbengkelan. Perbengkelan adalah kegiatan yang sifatnya teknis dan menunjang keberadaan showroom. Kegiatan ini menyakup perbaikan-perbaikan terhadap mobil dan mempersiapkan mobil yang baru dibeli. Kegiatan ini disebut juga pelayanan service yaitu sebagai wujud dari usaha untuk melayani konsumen sebagai persyaratan dari ATPM (Agen Tunggal Pemilik Merk) bahwa setiap main dealer diharuskan mempunyai fasilitas yang lengkap termasuk perbengkelan.

   Proses kegiatan yang terjadi adalah sebagai berikut :

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN		DAMPAK
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN	
PENGUNJUNG	MENYERAHKAN MOBIL, MENUNGGU, UJI COBA, MEMBAYAR	MOBIL, UJI COBA	MEMERLUKAN KELELUASAAN GERAK UNTUK MELIHAT MOBILNYA, MENUNGGU, MENGUJI COBA	-
KASIR	PEMBAYARAN	MEJA, KURSI, AL MARI, KOMPUTER	MENERIMA PEMBAYARAN	-
MEKANIK	MEMPERBAIKI KERUSAKAN, MENGUJI MOBIL	ALAT -ALAT BENGKEL	MENGECEK DAN MEMPERBAIKI MOBIL	-

Sumber : analisa penulis

5. Test Drive. Tempat uji coba kendaraan baru dibeli atau kendaraan yang habis di reparasi

❖ Sehingga dibutuhkan wadah-wadah untuk menampung kegiatan berupa:
   - Ruang pamer/ekshebisi yang mewadai.
   - Ruang transaksi (r. pemasaran), ruang pertemuan
   - Ruang uji coba

2.. Sudut pandang masyarakat umum (pengunjung), perlunya wadah yang dapat memberikan informasi yang jelas mengenai industri mobil (Honda) baik produk-produk baru, teknologi, maupun perkembangannya.

Fasilitas tersebut menampung kegiatan :

1. Informasi produk mobil Honda, dapat berupa produk baru maupun teknologinya merupakan bagian dari promosi produk yang dilakukan oleh produser.
2. Transaksi dagang, transaksi jual beli antara konsumen dengan produsen di lokasi.
3. Penunjang, mulai dari tempat parkir yang nyaman dan restoran sebagai fasilitas pendukung.

Wadah-wadah yang dibutuhkan untuk menampung kegiatan tersebut :

- Ruang transaksi berupa ruang pemasaran.
- Media informasi industri berupa ruang pamer/ekshebisi produk
- Fasilitas penunjang berupa restoran, tempat parkir dll

1.6.4. PENGGUNA FUNGSI BANGUNAN

1.6.4.1. Pengunjung

Pengunjung adalah mereka yang datang /mengunjungi showroom Honda

Pengunjung dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- Pengunjung potensial

Mempunyai motivasi yang jelas yaitu mengadakan transaksi antara pelaku bisnis dan untuk memperluas pengetahuan dan informasi khususnya mengenai produk Honda. Pengunjung potensial ini adalah konsumen yang mempunyai tujuan jelas untuk mencari produk yang dibutuhkan.

- Pengunjung biasa

Masyarakat pengguna mobil secara umum dengan motivasi mencari hiburan dan waktu kunjungannya relative singkat karena mereka tidak mempunyai tujuan yang berhubungan dengan jual-beli produk yang dipromosikan ataupun informasi yang dibutuhkan.(kegiatan hanya melihat-lihat)

1.6.4.2. Pengelola

Pengelola adalah orang-orang yang bertanggung jawab atas segala yang berkenaan dengan kegiatan yang ada di showroom itu. yang dimaksut pengelola disini adalah pihak pemilik ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek)

1.6.5. FASILITAS SHOWROOM HONDA DI JOGJAKARTA

Fasilitas yang diwadahi secara garis besar adalah :

Showroom (pameran/eksibisi), ruang pengelola, bengkel/ruang perawatan, kantin, dan ruang pendukung.

Rencana Showroom ini adalah terbagi dalam 2 - 3 lantai dan semua itu dibagi sesuai dengan tingkat privasi dan jenis kegiatannya.

Kebutuhan ruangan tersebut adalah sebagai berikut:

Menurut jenis kegiatan dan tingkat privasi

1. Publik
   a. Parkir :Parkir ini terbagi menjadi dua tempat yaitu :
      1. parkir untuk pengunjung dan pengelola showroom
      2. parkir untuk pengunjung dan pengelola bengkel
   b. Entrance hall

      Berupa hall/lobby yang memberikan kesan terbuka untuk umum diruang itu terdapat ruang informasi dan ruang keamanan.

c. Kegiatan utama
   - ruang promosi/eksebisi yaitu tempat untuk mempertontonkan/ menempatkan mobil-mobil yang dipromosikan
   - ruang informasi yaitu tempat untuk memberikan infomasi tentang perkembangan mobil Honda
     - ruang informasi ini terbagi menjadi dua yaitu ruang informasi tetap dan ruang informasi temporer (bila terdapat pameran besar)

d. Ruang servis

   yaitu berupa bengkel yang dikhusus untuk memperbaiki mobil Honda yang rusak atau Cuma sekedar servis. Penempatan bengkel ini dipisahkan dengan bangunan utama showroom guna untuk menghindari kebisingan dan ditempatkan dibelakang bangunan utama.

e. Kantin.yaitu suatu tempat yang memberikan pelayanan penjualan makanan dan minuman yang dikhususkan untuk pengunjung dan pengelola showroom maupun pengunjung dan karyawan bengkel.

f. Lavatory. lavatory ini dibagi menjadi dua yaitu ditempatkan dibangunan utama showroom dan di bengkel.

2. semi publik
   a. Kegiatan Pemasaran. Berupa kantor yang berfungsi untuk pemasaran
   b. Kegiatan penunjang.
      - Ruang audiovisual

        Yaitu berupa ruang untuk pemutaran film-film yang berhubungan dengan kegiatan otomotif atau digunakan untuk mempromosikan kecanggihan mobil Honda secara langsung.
      - ruang perpustakaan

        yaitu berupa ruang yang menyediakan tempat untuk membaca-baca buku yang berkaitan dengan otomotif.
      - ruang auditorium

- retail-retail aksesoris

  yaitu ruangan yang difungsikan untuk penjualan spearpart

- gudang

  gudang disini yaitu digunakan sebagai ruang untuk menampung mobil-mobil Honda yang baru datang kemudian untuk dipajang.

- test drive

  yaitu tempat yang difungsikan untuk uji coba kendaraan. Tempat ini berada diluar ruangan.(outdoor)

c. kegiatan servis

- bengkel untuk mengadakan perbaikan mobil
- Mushola dan Lavatory

3. Privat

a. Pengelola, ruang pengelola terbagi menjadi :

- Ruang direktur
- Ruang sekretaris
- Ruang administrasi
- Ruang rapat
- Ruang tamu

b. Servis, ruang servis ini terbagi menjadi :

- Ruang mekanikal elektrik
- Ruang genset
- Ruang pompa
- Ruang keamanan
- Mushola
- Lavatory

1.6.6. KARAKTER BANGUNAN DAN RUANG

Sebagai bangunan dengan fungsi utama fasilitas promosi, showroom ini secara teoritis harus bersifat atraktif, komunikatif dan komersial. Komunikatif disini berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikannya.

Sedangkan sifat komersial berkait dengan fungsi promosi sebagai tempat penawaran suatu produk.

Sifat atraktif, komunikatif dan komersial itu sendiri diikuti oleh karakter sebagai berikut :

a. Berkesan terbuka
b. Berkesan menerima
c. Terdapat hubungan langsung (view-visual)
d. Terdapat poros dengan kutub magnet sebagai pengikat massa, dalam hal ini tampilan dari bangunan showroom turut berperan.

Selain itu juga bangunan showroom honda harus mempunyai bentuk yang aerodinamis supaya bangunan dapat menampilkan citra teknologi Honda.

1.6.7. CITRA KOMERSIALITAS BANGUNAN

Citra itu sendiri mempunyai arti suatu gambaran, atau penghayatan terhadap suatu objek yang menimbulkan suatu arti bagi seseorang.[12] Gambaran terhadap kegiatan usaha penjualan mobil yang ada di Jogjakarta ini mempunyai berbagai bidang pelayanan, sehingga aktifitas dan pelayanan didalamnya mempunyai karakter aerodinamika.

Didalam menentukan perancangan diharapkan memberikan image pada bangunan yang selain berfungsi sebagai sarana komersialitas juga mampu memberikan suatu pelayanan informasi, jasa dan pelayanan-pelayanan lain yang sesuai dengan aktifitas yang diwadahinya, seperti perdagangan, informasi dan perawatan mobil. Image seperti inilah yang akan diangkat pada perancangan showroom mobil (khususnya mobil Honda) di Jogjakarta, karena mampu membedakan terhadap image usaha showroom mobil yang ada di Jogjakarta pada saat sekarang ini yang rata-rata hanya mempunyai usaha dalam satu bidang.

---

12 YB. Mangun, Wastu Citra, hal 131

1.6.7.1. Analisa Penampilan Bangunan dengan Karakter Aerodinamika

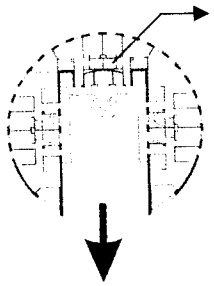
Penampilan bentuk bangunan adalah kesan yang tertangkap oleh indera secara keseluruhan yang memunculkan suatu ekspresi dari bangunan itu sendiri. Kesan visual akan mempengaruhi penampilan bangunan yang akan berpengruh terhadap tanggapan pengunjung. Showroom Honda itu sendiri merupakan bangunan komersial, sehingga kesan komersial pada penampilan bangunan perlu diperhatikan dan tetap tidak lepas dengan penggunaan dari prinsip system aerodinamika sebagai penentu perancangan.

1.6.7.2. Analisa Bentuk Massa Bangunan

- Dari karakter bentuk yang berprinsip dari aerodinamika Ditransformasikan ke bentuk massa bangunan

Showroom Honda

Massa 1

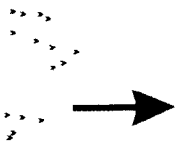


cinque continenti Center, luqano-Paradise 1982-

1992

Pengguna bentuk lingkaran yang dapat mengalirkan udara sebesar 80%

Bangunan



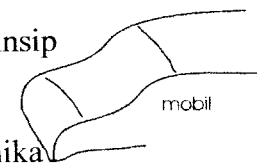
Gbr.Bentuk Massa

Gbr.Bentuk dengan prinsip Aerodinamika

Analisa bentuk massa bangunan diambil dari karakter prinsip aerodinamika, yaitu mempunyai bentuk yang bulat atau tube

Massa 2

Mengambil dari bentuk mobil dengan prinsip bangunan aerodinamika



Gbr.bentuk massa

Gbr. Aliran angin pd mobil

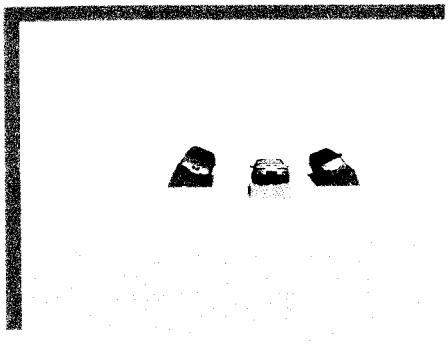
Massa bangunan yang mengambil bentuk aerodinamis pd mobil

1.6.8. PENATAAN RUANG YANG TERKESAN LUAS DAN ATRAKTIF

Suasana ruang yang atraktif ditunjukkan dengan adanya bentuk atau penampilan ruang, keputusan mengenai bentuk berkaitan dengan skala, proporsi, irama, tekture, dan warna. Semua itu dapat mengubah suasana ruang menjadi berkesan luas, dinamis, bebas dan lain sebagainya.
Oleh karena itu ruang yang terdapat di bangunan ini perlu ditata agar berkesan atraktif dengan cara mengolah bentuk dan penampilannya.

1.6.8.1. Suasana ruang yang atraktif pada ruang showroom

Untuk mendapatkan ruang showroom yang atraktif dilakukan dengan berbagai hal, yaitu:



Dengan mengatur tinggi rendah lantai memberikan kesan sporty

Penempatan mobil yang diatur dengan kemiringan tertentu akan memberikan kesan lebih menarik

ii. Pencahayan buatan

Penggunaan tata lampu untuk menghasilkan suatu efek dan kesan mewah pada objek.

Jenis-jenis pencahayan yang mendukung penampilan suatu objek pameran adalah :

iii. pencahayaan umum :

cahaya di filter. Flourrescent lampu dibelakang luminous ceiling.

Efek yang diberikan merata atau penuh dan monoton.

iv. cahaya tidak langsung. Pantulan dari ceiling. Berkesan lembut dan nyaman, tetapi kurang cukup memberikan penerangan pada objek yang dipamerkan.

v. Spotlight diatas ceilling. Memberi efek dramatis, tetapi kurang memberi penerangan pada objek yang dipamerkan.

vi. Spotlight langsung. Memberi cahaya langsung pada objek, ekonomis, tetepi hasil cahayanya kurang kontras.

2. Pencahayaan setempat

i. Dari suatu sumber : Langsung (tajam), Pantulan (lembut).

ii. Dari banyak sumber, khususnya pada objek 3 dimensi :

Membentuk bayangan, menyatakan bentuk dan tekstur.

Persyaratan pencahayaan buatan dalam komonikasi visual pada dasarnya ada 2 macam, yaitu pencahayaan pada objek 2 dimensi dan pencahayaan objek 3 dimensi. Pada kasus ruang pamer pada showroom Honda karena sebagian besar berupa mobil, maka pencahayaan yang banyak digunakan adalah pencahayaan 3 dimensi sedangkan pencahayaan 2 dimensi sebagai pendukung saja.

Tempat kedudukan sumber cahaya untuk objek 3 dimensi :

iii. penempatan 3 sumber cahaya pada jari-jari 260 cm dari sumbu objek, pamer, membentuk sudut 120 derajat

iv. Penempatan 6 sumber cahaya dengan jari-jari 175 cm dari sumbu objek pamer, membentuk sudut 60 derajat.

v. Penempatan 12 sumber cahaya dengan jari-jari 130 dari sumbu objek pamer membentuk sudut 30 derajat.

1.7 LANDASAN TEORI

1.7.1 Pengertian Citra

Pengertian citra menurut arti dari kamus bahasa Indonesia yaitu merupakan gambaran atau image atau rupa (1), gambaran yang dimiliki orang banyak tentang sesuatu (2), kesan dan bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah bahasa menurut Mangun Wijaya (1988). Citra adalah image, kesan atau gambaran penghayatan yang ditangkap oleh seseorang. Kata-kata dalam bahasa arsitektur lebih elastis dan mempunyai banyak bentuk bila dibandingkan dalam kata-kata bahasa lisan atau tulisan dan menjadi lebih berarti di dalam hubungan fisik stu dengan lainnya yang ada disekitarnya. (Jenk 1988). dalam Pengantar Arsitektur yaitu: segitiga, lingkaran dan bujur sangkar merupakan bentukan dasar sebelum proses evolusi terjadi.

1.7.2 Faktor – Faktor Penentu Citra

Banyak faktor yang menjadi penentu dalam citra sebuah bangunan. Faktor-faktor tersebut diantanya adalah:[13]

1. Denah bangunan

Sebuah bangunan memiliki sebuah makna yang bisa juga diterapkan dalam denah. Denah bangunan tersebut merupakan salah satu cerminan yang tidak terasa oleh penglihatan kita. Hanya bisa kita rasakan apabila kita memasuki dalam bangunan tersebut.

2. Konstruksi bangunan

Konstruksi dari bangunan yang digunakan merupakan sesuatu yang khas dengan bahan yang tersedia didaerah tersebut. Kita mengambil sebuah contoh bangunan yang dibangun didaerah yang susah mendapatkan bahan baku industri, maka ia akan menggunakan bahan yang tersedia di alam, seperti kayu dan bahan-bahan bangunan alam yang lainnya.

---

[13] Jenks, Kate [illegible] 1988

3. Gaya arsitektur bangunan

Bangunan-bangunan yang dibangun didaerah tertentu memiliki sebuah ciri yang terkandung dalam bangunan tersebut. Ciri ini kemudian melekat pada bangunan dan menjadi sebuah kekhasan dari bangunan tersebut. Sebagai contoh bangunan tropis banyak memakai kanopi sebagai penangkal dari air hujan. Gaya arsitektur ini mungkin kurang tepat apabila diterapkan di negara barat yang mempunyai iklim dingin, karena dinegara barat membutuhkan sinar matahari langsung

4. Detail dari bangunan

Sebuah bangunan yang dibangun didaerah tertentu mempunyai aksesoris atau detail-detail yang diterapkan pada bangunan. Hiasaan ini merupakan salah satu ciri khas dari style bangunan tersebut. Contonya bangunan Belanda banyak yang didetail dalam penampilan bangunan yang khas dengan gaya arsitektur Belanda, sedangkan bangunan kerajaan juga mempunyai style yang di detail sesuai dengan detail-detail hiasaan dari kerajaan tersebut.

5. Warna bangunan

Warna dalam hal citra bangunan banyak mencerminkan akan makna dari bangunan tersebut. Warna pula menjadikan bangunan mempunyai makna yang melekat. Warna-warna yang digunakan dalam bangunan modern merupakan warna yang cerah dan berani karena sudah menggunakan warna yang mungkin dianggap norak. tetapi ini mencerminkan citra dari bangunan dan bisa juga mencerminkan karakter dari si penghuni.[13]

1.7.3 Pengertian Atraktif

Atraktif berasal dari kata *attractive* yang berarti menarik perhatian. Pengertian dari kata ini mengandung makna mempunyai daya tarik, bersifat menyengkan. Suasana ruang yang atraktif ditunjukkan dengan adanya bentuk atau penampilan ruang, keputusan mengenai bentuk berkaitan dengan skala, proporsi, irama, tekture, dan warna. Semua itu dapat mengubah suasana ruang menjadi berkesan dinamis, bebas dan lain sebagainya.

Oleh karena itu ruang yang terdapat di bangunan ini perlu ditata agar berkesan atraktif dengan cara mengolah bentuk dan penampilannya.

1.7.4 Analisis Transformasi Bangunan

Dari berbagai alat yang digunakan untuk mentransformasikan suatu bahasan kedalam bentuk fisik bangunan diantaranya adalah:[14]

- Metafora
- Simbolis
- Deskonstruksi

Sebenarnya masih banyak alat untuk mentransformasikan sebuah arti kiasan yang bisa diwujudkan dalam sebuah bangunan.

Dalam hal ini untuk merencanakan sebuah Showroom Honda menekankan pada citra bangunan yang mentransformasikan sebuah prinsip system aerodinamika kebangunan digunakan *metafora* sebagai alat penyampaian atau penerapan pada bangunan.

1.7.5 Kajian Metafora dalam Arsitektur

➢ *Apa itu metafora*

Kata metafora berasal dari bahasa Yunani yang sama dengan kata *metapherein.* "Meta" dalam hal ini diartikan memindahkan atau yang berhubungan dengan perubahan. Sedangkan "pherein" adalah mengandung atau memuat (makna).

Sehingga kata metafora dapat diartikan serangkaian tuturan atau kalimat dimana suatu istilah dipindahkan maknanya kepada objek atau konsep lain yang ditujukan melalui perbandingan tidak langsung atau analogi. Metafora sebagai bahasa bersifat perlambangan atau kiasan.

➢ *Faktor yang mempengaruhi pemahaman metafora*

a. Konteks

Konteks mengartikan sebuah ekspresi dari apa yang akan disampaikan dalam sebuah obyek, tentang penyampaian metafora agar tidak terlepas dari apa yang akan dimasukan atau diterapkan dalam obyek tersebut.

---

[14] [illegible]

b. *Perkembangan pemikiran*

Bila suatu makna dari apa yang dipahami dalam masa yang lalu dikatakan sebagai suatu makna tertentu, maka dengan perkembangan jaman dan kemajuan peradaban maka dapat pula berubah maknanya.

c. *Sosial budaya*

Faktor ini adalah suatu yang telah dipahami dalam masyarakat yang telah melekat dan mungkin tidak dapat diubah sesuai dengan makna yang terkandung. Sebagai contoh warna putih bisa diartikan sebagai warna yang suci dalam masyarakat dan biasanya digunakan sebagai pencerminan untuk peribadatan.

➢ *Metafora dalam arsitektur*

Untuk memasukan konsep metafora dalam arsitektur sebagai gaya bahasa arsitektur maka kita melihat arsitektur sebagai instrument komunikasi. Arsitektur adalah sebuah bentuk bahasa komunikasi. Pemakaian bahasa dalam arsitektur adalah alat untuk mentransformasikan bahasa tersebut kedalam wujud arsitektur. Dan ini menjadikan metafora dalam arsitektur adalah kenyataan.

Metafora dalam arsitek bersifat cukup logis, sehingga arsitek sebaiknya memperhatikan bagaimana masyarakat membaca karya arsitektur dengan sudut pandang yang mereka gunakan.

Pemahaman yang mereka gunakan merupakan apa yang mereka lihat, rasakan, dan mereka bandingkan dengan konsep si arsitek.

➢ *Pemindahan makna metafora arsitektural*

Sama dengan sebuah ekspresi, bahasa konsep yang dituangkan dalam sebuah bangunan memiliki karakteristik-karakteristik yang sedikit banyak menjelaskan arti dari kata tersebut. Konsep itu akan dipindahkan dalam ruang tiga dimensi yang juga memiliki karakteristik yang dapat menjelaskan artinya. John Somonds menulis, karaktersitik merupakan kualitas abstrak yang akan mempengaruhi respon emosi maupun psikologi pemakainya.

Berikut adalah konsep yang dipindahkan kedalam karakteristik ruang. Pemindahan ekspresi metafora kedalam konsep ruang (sumber majalah kilas 2000)

Konsep	Karakteristik Ruang
Ketegangan	Bentuk-bentuk tak stabil, perbenturan warna-warna yang intens, penekanan visual suatu obyek, permukaan keras dan kasar, elemen-elemen yang tidak familiar, cahaya terang dan menyilaukan, suara gemuruh.
Istirahat	Obyek yang mudah dikenali, garis-garis yang mengalir, stabilitas struktur jelas, elemen horizontal, tekstur dan cahaya lembut, suara sayup-sayup, warna putih, abu-abu, biru dan hijau.
Ketakutan	Tidak ada orientasi, area tersembunyi, kejutan-kejutan, bidang lekukan, putaran dan pecahan, bentuk-bentuk tak stabil, pijakan licin, void tanpa pengaman, elemen-elemen tajam, gelap atau remang-remang, warna pucat dan monokrom.
Kegembiraan	Pola dan bentuk halus mengalir, gerak dan irama terlihat pada struktur, sedikit batasan, warna hangat dan cerah, cahaya berkelap-kelip.
Peruangan	Terisolasi, terpisah, cahaya dan warna lembut berpendar, suara bernada rendah dan konstan, tanpa elemen dekorasi, tanpa gangguan kekontrasan.

➢ *Kategori metafora arsitektur*

Tiga kategori metafora arsitektur menurut identifikasi Anthony Antoniades:

a) Metafora abstrak *(intangible metaphor)* dimana ide pemberangkatan metaforiknya berasal dari sebuah konsep abstrak, sebuah ide, sifat manusia, atau kualitas obyek (alami, tradisi, budaya).

b) Metafora konkrit *(tangible metaphor)* ide pemberangkatan metaforiknya melalui karakter materi atau visual obyek konkrit (menara seperti tongkat, rumah seperti perahu dan sebagainya).

c) Metafora kombinasi *(combined metaphor),* diamana gabungan dari konsep abstrak dan konkrit sebagai pemberangkatan konsep arsitektural.

1.7.6 Analisis Metaforik pada system aerodinamika

Pada system aerodinamika yang akan ditransformasikan kebangunan showroom Honda menggunakan kategori metafora kombinasi.yaitu metafora abstrak dan metafora konkrit.

Karakteristik-karakteristik system aerodinamika akan terlihat pada:

- Tata ruang showroom/lanscape
- Gubahan masa bangunan showroom honda
- Bentuk bangunan
- Akses dan sirkulasi

1.7.7 pengertian Aerodinamika

Aerodinamika merupakan system pengaliran udara pada suatu bidang yang mempunyai gaya lateral yang berpengaruh pada konstanta pada bidang itu sendiri. [15]

1.7.8 Prinsip Sistem Aerodinamika

Salah satu tehnologi yang dipakai pada kendaraan roda empat adalah penggunaan system aerodinamika didalam mendesain bagian eksterior mobil. Suatu Aerodinamoka itu sendiri mempunyai arti sebagai pengaliran udara.[15] Pada system aerodinamika yang digunakan pada sebuah mobil adalah berfungsi untuk memperkecil gesekan yang terjadi antara udara dengan badan mobil, dengan cara menciptakan lekukan pada badan mobil yang mampu mengalirkan udara dengan sempurna, sehinga laju dari kendaraan itu sendiri tidak terlalu banyak hambatan.

Selain memperhatikan fungsinya, system aerodinamika juga memberikan suatu estetika sebuah eksterior mobil, dan dari situlah akan diterapkan kebentukan bangunan yang aerodinamis sebagai bentuk bangunan yang mampu memberikan bentuk dan fasad bangunan sebagai eksterior maupun interior bangunan yang mempunyai citra sebagai showroom Honda. Selain itu pengaliran atau sirkulasi udara yang disebut aerodinamika itu akan digunakan didalam menentukan pola tata ruang dari bangunan showroom mobil (Honda) di Jogjakarta.

---

[15] Otoqpen No 21 II edisi 22 September 1991 hal 7

Dari system aerodinamika ini nantinya akan mempengaruhi terhadap bentuk fisik bangunan, seperti pola ketinggian atau bukaan-bukaan yang berguna untuk menyikapi hambatan angin pada suatu bangunan, yang karakter angin itu sendiri bertambah kecepatan dengan bertambahnya ketinggian bangunan. Sifat angin yang dinamis dan mempunyai aliran gerakan secara fleksibel digunakan untuk menentukan pola organisasi ruang pada bangunan yang dituntut juga bersifat dinamis yang dipengaruhi oleh karakter bentuk dan hubungan ruang yang dapat bersifat terpusat, linier, radial, cluster, dan grid.[16]

Kesimpulan :

- prinsip aerodinamika pada mobil : digunakan untuk mendesain mobil yang dapat mengalirkan udara secara sempurna sehingga hambatan terhadap gesekan anggin dapat tereduksi.[17]
- penerapan prinsip aerodinamika pada bangunan : mampu meneruskan pengaliran angin dengan meminimalisasikan pemantulan angin.[18]

Mempunyai koefisien bentuk yang mampu mereduksi beban angin sebesar 40%, sedangkan pada bidang datar hanya mampu mereduksi beban angin sebesar 20%.[18]

---

16 Arsitektur Bentuk, Ruang dan Susunannya, Francis D.K. Ching, Hal. 205

17 Op.cit pt.no. 2.1.11

18 Wanfong arsitek, Sistem bangunan tinggi Hal. 19

1.8 Rumusan permasalahan

1.8.1 Permasalahan umum :

Permasalahan umum adalah bagaimana merancang bangunan showroom Honda di jogjakarta yang mampu menyajikan berbagai bentuk kegiatan, yang diantaranya :

Kegiatan pameran dan jual-beli, kegiatan perawatan, dan kegitan hiburan

1.8.2 Permasalahan khusus :

1. Bagaimana penataan layout showroom Honda khususnya pada ruang pameran atau ruang jual-beli yang mampu memberikan kesan luas dan atraktif.
2. Bagaimana menerapkan prinsip-prinsip system aerodinamika pada penampilan bangunan showroom Honda.

1.9 Tujuan dan sasaran

1.9.1 Tujuan :

Mendapatkan konsep perancangan showroom Honda di jogjakarta yang dapat menerapkan prinsip-prinsip system aerodinamika dan mampu menampung kegiatan pameran, jual-beli, perawatan dan hiburan.

1.9.2 Sasaran :

1. Mendapatkan prinsip-prinsip system aerodinamika
2. Mendapatkan prinsip-prinsip bentuk ruang yang atraktif yang akan diterapkan pada bangunan showroom Honda.
3. Mendapatkan criteria lokasi site yang sesuai dengan fungsi bangunan.

1.10 Lingkup pembahasan

Dalam lingkup batasan ini yang menyangkut pembahasan berkaitan dengan penyusunan organisasi ruang yang ada. Layout khususnya pada ruang pamer dan bengkel yang memberikan aspek atraktif.

kemudian pewadahan dan penciptaan kebutuhan ruang bagi produsen dan konsumen yang berpengaruh pada system operasional pada showroom Honda. Dan pertimbangan system sirkulasi yang disesuaikan dengan fungsi ruang showroom Honda.

1.11 Metode pembahasan

Cara memperolehan data

- Data primer
  - Survey dan observasi yang dilakukan pada PT Anugerah Motor dan PT Tugu Motor
  - Wawancara dengan pihak yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan showroom Honda
- Data skunder
  - Studi literatur untuk memperoleh suatu data yang bisa didapat dari tugas akhir sebelumnya.
  - Dari internet untuk mencari perkembangan tentang Honda
  - Dari literatur yang berupa buku, majalah, dan Koran.
- Analisis dan Sintesa
  - Mendapatkan kesimpulan sebagai bahan acuan dari data primer dan sekunder

1.12 Keaslian penulisan.

- Fitro siswoyo, pusat showroom sepeda motor, di jogjakarta, Universitas Islam Indonesia
- Dwi Arry Herru Prasetyo, Jakarta Auto Showroom, Universitas Islam Indonesia 2001

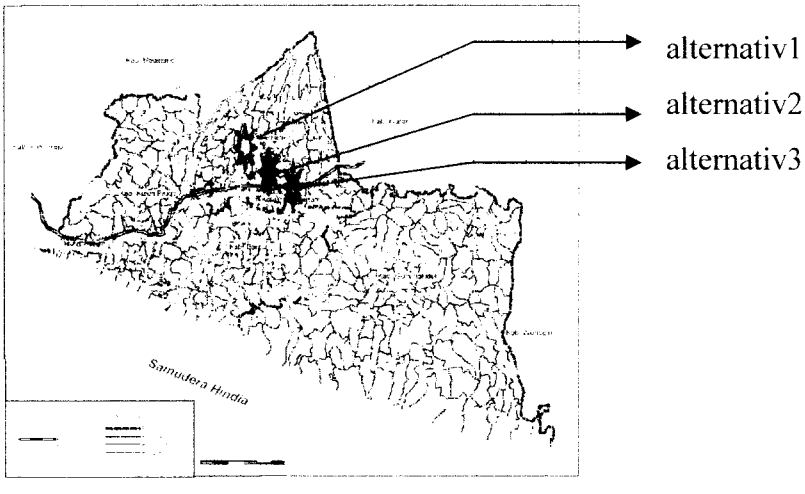
1.13 Tinjauan lokasi

Untuk menentukan suatu lokasi bangunan showroom Honda yang tepat, dibutuhkan beberapa pertimbangan yang nantinya mampu mendukung kinerja dari fungsi bangunan. Adapun pertimbangan-pertimbangan dari sebuah bangunan komersialitas meliputi :

- Kemudahan pencapaian kelokasi, terdapat akses jalur arteri primer dan sekunder yang memudahkan kelokasi dan dilewati transportasi umum.
- Dekat dengan lokasi pemukiman.
- Lokasi terdapat fasilitas infrastruktur, jaringan listrik, telepon, air bersih, air kotor dan sebagainya.
- Dekat dengan kawasan perdagangan, yang mendukung fungsi dan fasilitas bangunan.
- Dekat dengan fasilitas umum, seperti rumah sakit, rumah makan, sekolah, tempat ibadah dan sebagainya.

1.13.1 Pemilihan lokasi

Untuk pemilihan site bangunan showroom disesuaikan dengan karakter dari lokasi yang mempunyai potensi sebagai lingkungan komersial. Khususnya yang berhubungan dengan kegiatan otomotif.



Site1 berada di jalan Magelang km 7.

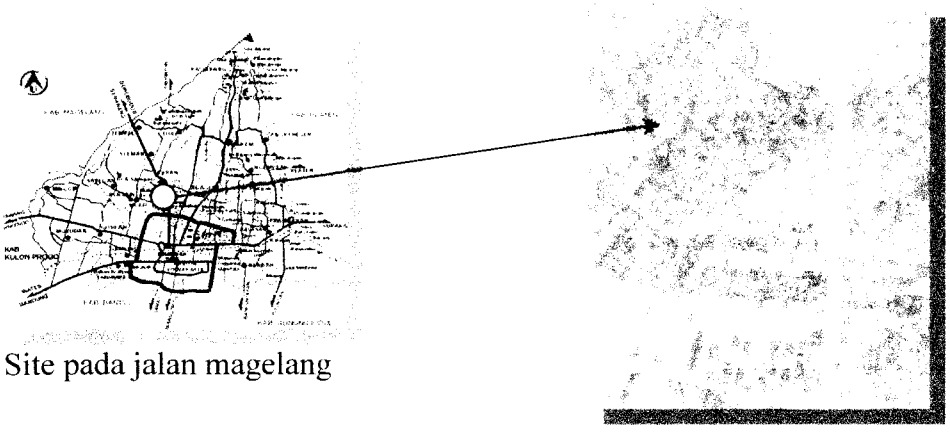
Site 2 berada di jalan L.U Adisucipto

Site 3 berada di jalan solo

Kriteria Site:

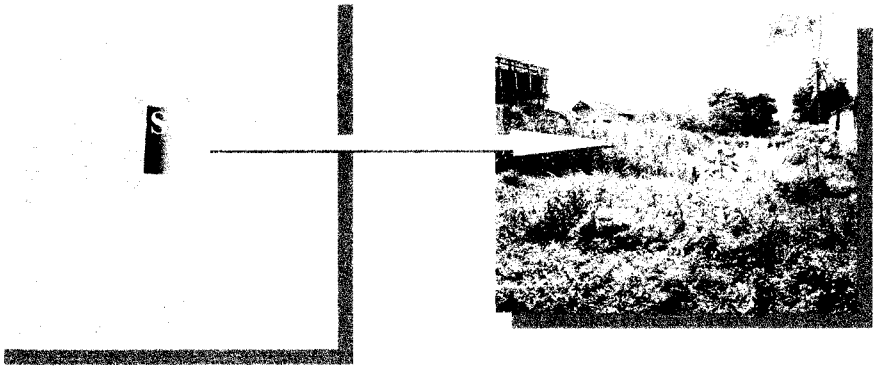
Kriteria	Site 1	Site 2	Site 3
Kemudahan pencapaian kelokasi, terdapat akses jalur arteri primer dan sekunder yang memudahkan kelokasi dan dilewati transportasi umum	5	3	3
Lokasi terdapat fasilitas infrastruktur, jaringan listrik, telepon, air bersih, air kotor dan sebagainya.	4	4	4
Dekat dengan kawasan perdagangan, yang mendukung fungsi dan fasilitas bangunan.	5	3	3
Dekat dengan fasilitas umum, seperti rumah sakit, rumah makan, sekolah, tempat ibadah dan sebagainya.	3	4	3
jumlah	20	17	16

Criteria tertinggi adalah pada site 1 yaitu pada jalan magelang km 7.



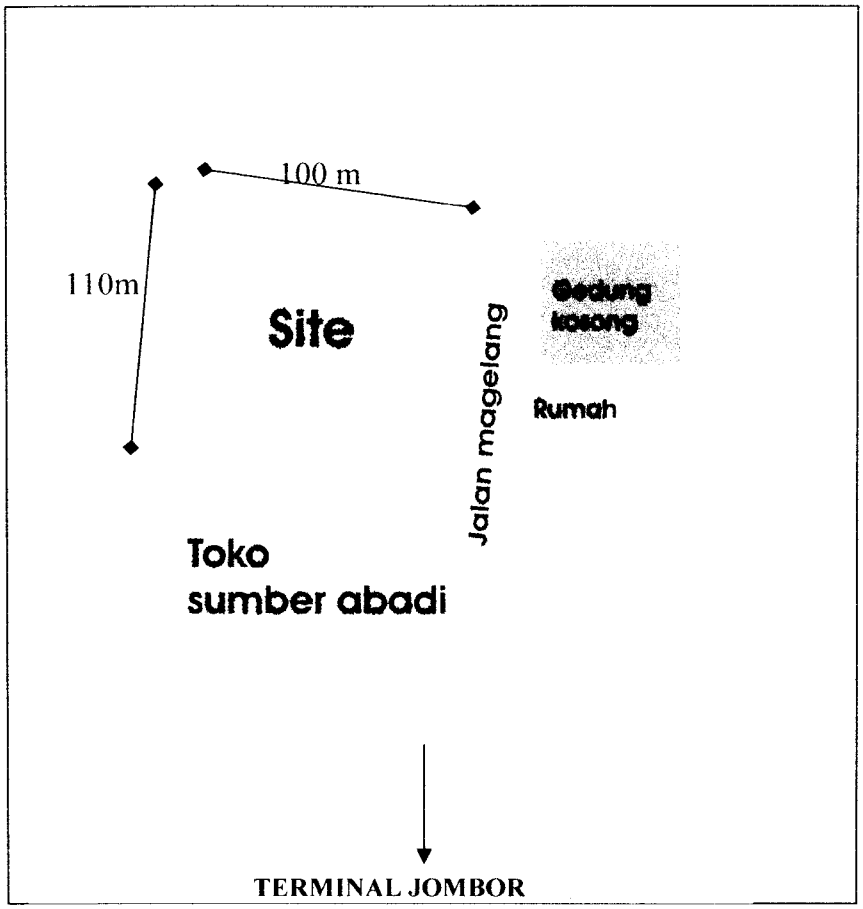
Site pada jalan magelang

1.13.2 Analisa Site



Site terletak pada tanah kosong untuk ditempati bangunan showroom honda

1.13.3 Situasi Site



Luasan site 13.670 M^2

Terletak dijalan magelang km 7

Batasan site : (lampiran 1)

Sebelah utara : jalan kecil

Sebelah selatan :toko sumber abadi

Sebelah timur : jalan magelang

Sebelah barat : jalan kecil dan tanah kosong

1.13.4 Potensi Site

Selain merupakan lokasi yang mempunyai image sebagai daerah yang menyediakan fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan otomotif, kawasan jalan magelang juga memiliki potensi-potensi sebagai kawasan yang mendukung terhadap kegiatan yang bersifat komersial. Adapun factor-faktor pendukung yang dimiliki kawasan tersebut selain image sebagai kawasan perdagangan yang berhubungan dengan showroom adalah :

1. akses untuk menuju site dilalui jalur arteri sekunder yang mempunyai system sirkulasi dua arah tanpa ada batas pemisah seperti ring road.
2. dilewati transportasi umum.
3. dekat dengan fasilitas umum seperti fasilitas pendidikan, wartel, tempat ibadah, dan sebagainya.
4. terdapat jaringan infrastruktur seperti jaringan listrik, telefon, dan roil kota.

BESARAN RUANG SHOWROOM HONDA DI JOGJAKARTA

No	PELAKU/JENIS RUANG	KEGIATAN	KEB RUANG	KAPASITAS	SATUAN	LUAS (M^2)
1	DIREKTUR	PENANGUNG JAWAB AKTIFITAS SHOWROOM HONDA	1	4 ORANG	1 X 18 M^2 3 TAMU X 1,5 M^2	22 5
2	SEKERTARIS	MEMBANTU KINERJA DARI DIREKTUR	1	4 ORANG	1 X 8 M^2 3 TAMU X 1,5 M^2	12 5
3	MANAGER	MENGATUR MANAJEMEN SHOWROOM	1	4 ORANG	1 X 10 M^2 3 TAMU X 1,5 M^2	14 5
4	PEMASARAN	MENGATUR MARKETING DARI SHOWROOM	1	3 ORANG	1 X 9 M^2 2 TAMU X 1,5 M^2	12
5	ADMINISTRASI	MENGATUR KEGIATAN ADMINISTRASI	1	12 ORANG	4 X 6 M^2 8 TAMU X 1,5 M^2	36
6	MEETING	DISKUSI DAN KONSULTASI	1	20 – 25 ORANG	25 X 1,5 M^2	37 5
	RUANG UTAMA					
7	ENTRANCE HALL	HALL/LOBBY	1	90 – 100 ORANG	100 X 0,64 M^2	128
8	KEAMANAN	KEAMANAN	2	2 ORANG	2 X 4 M^2	8
9	PROMOSI	PAMERAN DAN JUAL-BELI	5 TIPE MOBIL HONDA	5 X 5 MOBIL	25 X 39,294 M^2	983
10	RECEPTIONIST	INFORMASI	2	6 ORANG	2 X 6 M^2 4 TAMU X 1,5 M^2	18
11	STAFF STOCK	PENANGGUNG JAWAB STOCK	1	3 ORANG	1 X 9 M^2 2 TAMU X 1,5 M^2	12
12	STAFF SALES	MEMPROMOSIKAN PRODUK KENDARAAN	1	3 ORANG	1 X 9 M^2 2 TAMU X 1,5 M^2	12
13	LAVATORI	BUANG AIR	2	8 ORANG	8 X 4 M^2	32
	RUANG BENGKEL					
14	STAFF MEKANIK	PENANGGUNG JAWAB MASALAH TEKNIS MOBIL	1	3 ORANG	1 X 9 M^2 2 TAMU X 1,5 M^2	12
15	STAFF SPARE PART	PENANGGUNG JAWAB MASLAH SUKU CADANG MOBIL	1	3 ORANG	1 X 9 M^2 2 TAMU X 1,5 M^2	12
16	RECEPTIONIST DAN KASIR	PENERIMA KLIEN BENGKEL	1	9 ORANG	3 X 9 M^2 6 TAMU X 1,5 M^2	36
17	MEKANIK	MENSERVIS KENDARAAN	1	20 ORANG	20 X 3 M^2	60
18	RUANG MINYAK PELUMAS	UNTUK MENYIMPAN OLI	1	1 RAK DAN 10 DRUM	1 X 6 M^2 10 X 2 M^2	26
19	RUANG	MEMERIKSA KERUSAKAN MESIN	1	4 MESIN	4 X 15 M^2	60

	BONGKAR MESIN					
20	RUANG WORKSHOP	MENAMPUNG SEMUA MOBIL	1 RUANG	20 MOBIL	20 X 39.294 M^2	837
21	LAVATORY	BUANG AIR	2	8 ORANG	8 X 4 M^2	32
22	KEAMANAN	KEAMANAN	2	2 ORANG	2 X 4 M^2	8
	RUANG PENUNJANG					
23	AUDIO VISUAL	PEMUTARAN FILM	1	25 ORANG	25 X 1,5 M^2	37.5
24	KANTIN	TEMPAT MAKAN DAN MINUM	1	60 ORANG	50 X 2 M^2 10 X 4 M^2	140
25	RETAIL AKSESORIES	PENJUALAN AKSESORIES	20 RUANG	10 KECIL 7 SEDANG 3 BESAR	10 X 9 M^2 7 X 16 M^2 3 X 24 M^2	274
26	MINIATUR	PENJUALAN MOBIL SKALA KECIL	1	BARANG	1 X 24 M^2	24
27	PERPUSTAKAAN	RUANG BACA	1	-	1 X 36 M^2	36
28	GUDANG	TEMPAT BONGKAR MUAT MOBIL	1	10 MOBIL	10 X 12 M^2	120
29	MUSHOLA	SHOLAT	1	50	50 X 0.6	30
30	LAVATORI	BUANG AIR	2	8 ORANG	8 X 4 M^2	32
31	TEST DRIVE	UJI COBA	1	1 PUTARAN	600 X 4 M^2	2400
32	PARKIR PENGELOLA PENGUNJUNG	 PARKIR PARKIR	 1 1	 10 MOBIL 20 MOTOR 60 MOBIL 40 MOTOR	 10 X 10 M^2 20 X 2 M^2 60 X 10 M^2 40 X 2 M^2	 100 40 600 80
	RUANG SERVIS					
32	MESIN GENSET	PEMBANGKIT LISTRIK CADANGAN	1	1 MESIN	1 X 24 M^2	24
32	POMPA AIR	MENAIKKAN AIR	1	1 RUANG	1 X 18 M^2	18
33	PANEL LISTRIK	PEMBAGI TEGANGAN	1	1	1 X 9 M^2	9
	LUAS					6789
	SIRKULSI 20%	-	-	-	20% X 6789	1357.8
	LUAS TOTAL	-	-	-	6789 + 1357.8	8146.8

RUANG TEST DRAIVE

LEBAR TRACK = M + 2F

= 2 + 2

= 4 M

KET : M :LEBAR MAKSIMAL MOBIL+SIRKULASI SAMPING 2 M

F : FLOW UNTUK SIRKULASI DENGAN ASUMSI 1 M

RUANG PAMER DITENTUKAN OLEH :

- BANYAKNYA MOBIL (N)
- PANJANG MOBIL (P)
- LEBAR MOBIL (L)
- RADIUS PUTAR (D)
- JARI-JARI (R)

RUMUS : $2 [(P x R) + (L x R)] = X M^2$

PADA RUANG PAMER MENGGUNAKAN STANDAR MOBIL ACCORD YANG MEMPUNYAI :

P : 4.830 , L : 1.820 , T :1.455 , R : 2.95

$2[(4.830 x 2.95) + (1.830 x 2.95)] = 39.294 M^2$

SHOWROOM HONDA DI JOGJAKARTA

LATAR BELAKANG

JAKARTA
DISI WILAYAH JOGJA
DISI GEOGRAFIS
ENDUDUKAN
EKONOMIAN
NSPORTASI

HONDA
-PENGHARGAAN PADA HONDA
-TEKNOLOGI MESIN HONDA
-SISTEM KEAMANAN DAN KENYAMANAN
-BENTUK AERODINAMIS

DIAGRAM POLA PIKIR

ERIA PEMILIHAN SITE
adahan pencapaian lokasi,terdapat
jalur arteri primer dan sekunder dan
ati transportasi umum
ipat fasilitas infrastruktur, jaringan
, telepon, air bersih dan air kotor
t dengan kawasan perdagangan, yang
ikung fungsi dan fasilitas bangunan
t dengan fasilitas umum, rumah sakit,
h, rumah makan, dan tempat ibadah

RUMUSAN PERMASALAHAN
UMUM :
Bagaimana merancang bangunan showroom honda di Jogjakarta yang mampu menyajikan berbagai bentuk kegiatan
KHUSUS :
-Bagaimana penatan layout showroom honda khususnya pada ruang pamer atau ruang jual beli yang mampu memberikan kesan luas dan atraktif.
-Bagaiman menerapkan prinsip-prinsip sistem aerodinamika pada penampilan bangunan showroom honda.

DIMENSI
-Menentukan proporsi dan skalanya ditentukan oleh perbandingan ukuran relatifnya terhadap bentuk disekelilingnya

WARNA
-Pemberian corak ,intensitas dan nada pada permukaan suatu bentuk yang akan mempengaruhi bobot visual suatu bentuk

TEKSTUR
-Pemberian karakter permukaan suatu bentuk yang akan mempengaruhi baik perasaan pada waktu menyentuh maupun kualitas pemantulan cahaya pada permukaan bentuk

POSISI
-Menempatkan suatu bentuk terhadap suatu lingkungan atau medan visual

BENTUK RUANG
-Dengan menampilkan bentuk-bentuk Yang berirama,kecil kebesar/sebaliknya

SKALA
-Dengan menyesuakan fungsi dan skala gerak manusia

SUSUNAN RUANG
-Dibuat berselang seling agar tidak monoton

PRINSIP SISTEM AERODINAMIS
-Sebagai pengaliran udara
-Memperkecil gesekan udara
-membentuk estetika bangunan/citra

LAYOUT RUANG BERKESAN LUAS DAN ATRAKTIF
-Pengunaan skala yang disesuaikan dengan skala gerak manusia
-Dengan menampilkan bentukan yang berirama
-penggunaan tektur yang disesuaikan fungsi ruang
-memberikan tampilan warna yang seirama

TERPILIH
in Magelang
i dengan kriteria yang
ukan

SEBAGAI PENGALIRAN UDARA dan MEMPERKECIL GESEKAN UDARA
-Pada bentuk dibuat lekukan-lekukan yang mampu meneruskan pengaliran angindan meminimalisasi pemantulan angin

KOMPOSISI /ARANSEMENT BENTUK-BENTUK DASAR
-Kubus, kubah, bola, silinder, kerucut, piramida, prisma, dll

NGELOMPOKAN BENTUK
RDASARKAN KUALITASNYA

ERHUBUNGAN BENTUK
EBENTUK YANG SPESIFIK

ERUBAHAN BENTUK

PERGERAKAN ANGIN
-Mengikuti bentukan bangunan
-bersifat Mendorong bila ada penghalang

ENERAPAN PADA BANGUNAN
menghindari bentukan menyudut kedalam
entukan massa sebagai pembelok angin

PROGRAM RUANG

ANALISIS KEGIATAN
Pada bangunan showroom
-Promosi/pameran
-jual-beli
-informasi
Pada bangunan bengkel
-Perbaikan mobil honda
-Ganti oli
Ruang test drive
-Uji coba kendaraan dari showroom dan bengkel

KEBUTUHAN RUANG
-Ruang pamer
-Bengkel
-Retail
-Keamanan
-Servis
-Test drive
-Dll

PERSYARATAN RUANG
-Penghawaan (alami dan buatan)
-Pencahayaan (alami dan buatan)
-Kebisingan
-Keselamatan bangunan

BESARAN RUANG
Besaran ruang disesuaikan dengan fungsi, kapasitas, dan kebutuhan ruang pada showroom honda

SITE TERPILIH
Dijalan Magelang sesuai dengan kriteria yang ditentukan

ORGANISASI RUANG
Disesuaikan dengan jenis kegiatan yang diwadahi, meliputi:
-jenis ruang
-pola ruang
-layout ruang
-hubungan ruang
-sirkulasi

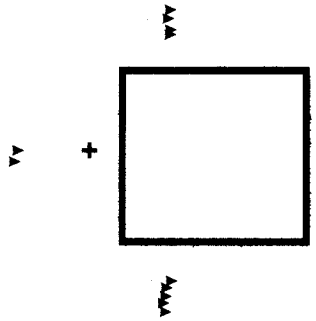
PENGELOMPOKAN RUANG
-Privat
-Semi Privat
-publik

KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN

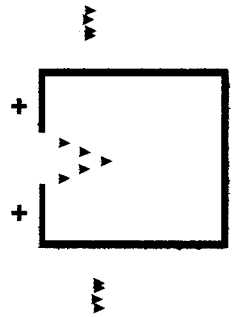
KONSEP TATA RUANG

PRA RENCANA

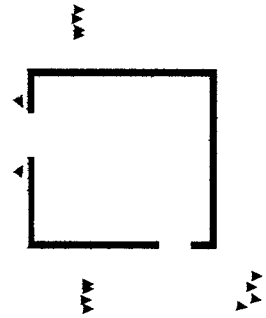
2.1. SIFAT ANGIN PADA MASSA



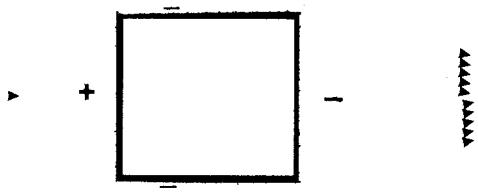
BILA ANGIN MENERPA SEBUAH BANGUNAN, MAKA TERBENTUK SEBUAH DAERAH BERTEKANAN TINGGI PADA SISI HULU ANGIN



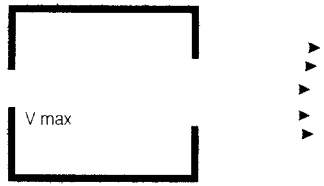
KONDISI TEKANAN YANG SAMA PADA KEDUA SISI LUBANG MASUK



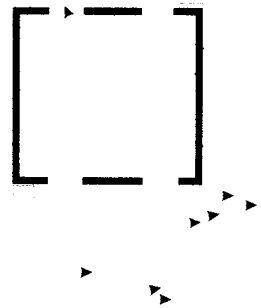
ALIRAN UDARA BERGERAK DIAGONAL MELALUI RUANGAN AKIBAT TEKANAN PADA FASAD



ANGIN BERHEMBUS MENGELILINGI BANGUNAN, DAERAH BERTEKANAN RENDAH TERBENTUK PADA SISI SAMPING DAN SISI HILIR ANGIN

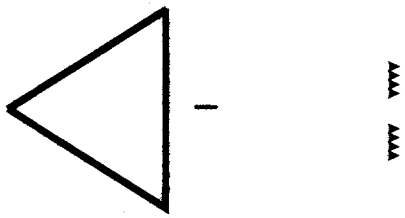


KECEPATAN ALIRAN UDARA MENJADI LEBIH BESAR BILA LOBANG MASUK UDARA LEBIH KECIL DIBANDINGKAN LOBANG KELUAR

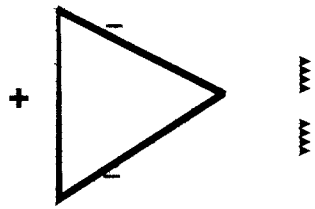


PEMBELOKAN ALIRAN UDARA OLEH PERTANAMAN

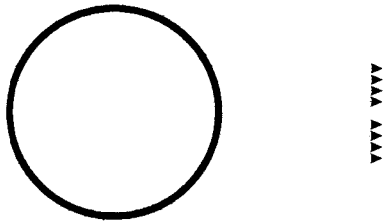
SIFAT ANGIN PADA MASSA



ANGIN BERHEMBUS MENGELILINGI BANGUNAN, DAERAH BERTEKANAN RENDAH TERBENTUK PADA SISI HILIR ANGIN



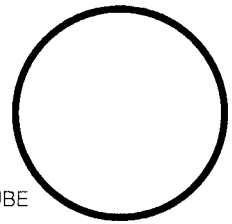
BILA ANGIN MENERPA SEBUAH BENTUK SEGI TIGA, MAKA TERBENTUK SEBUAH DAERAH BERTEKANAN TINGGI PADA SISI HULU ANGIN DAN DAERAH BERTEKANAN RENDAH TERBENTUK PADA SISI SAMPING



ALIRAN UDARA YANG MELEWATI SISI MASSA AKAN MENGALAMI PENERUSAN DENGAN SEMPURNA BAIK ITU DARI BERBAGAI SISI

ALIRAN UDARA PADA MASSA TUBE

BENTUK TERPILIH



MASSA TUBE

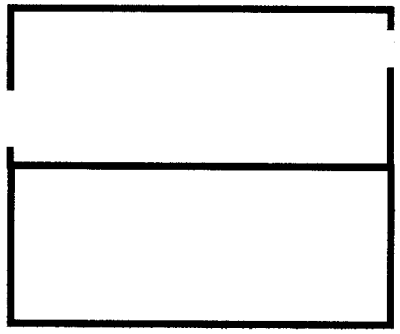
MAMPU MENERUSKAN PENGALIRAN ANGIN DENGAN MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

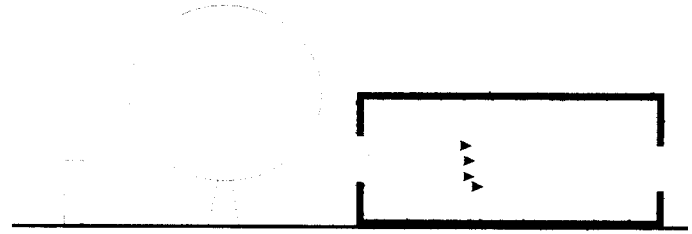
2.2. PERGERAKAN ANGIN DALAM RUANGAN

BANGUNAN TIDAK BERTINGKAT, ALIRAN UDARA PADA KETINGGIAN TUBUH

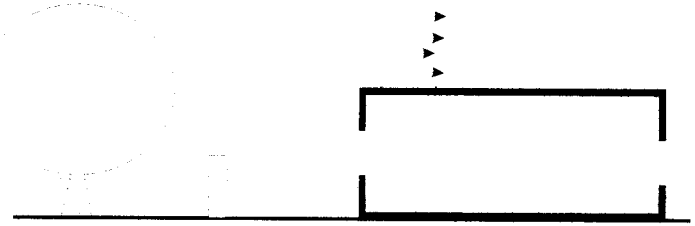


RUANGAN DITINGKAT ATAS, ALIRAN UDARA PADA LANGIT-LANGIT

PENGARUH POHON TERHADAP ALIRAN UDARA



ALIRAN UDARA DIBELOKKAN MASUK KERUANGAN



ALIRAN UDARA DIBELOKKAN KEATAS BANGUNAN

PENGARUH ELEMEN PENEDUH TERHADAP ALIRAN UDARA

ALIRAN UDARA PADA LANGIT-LANGIT

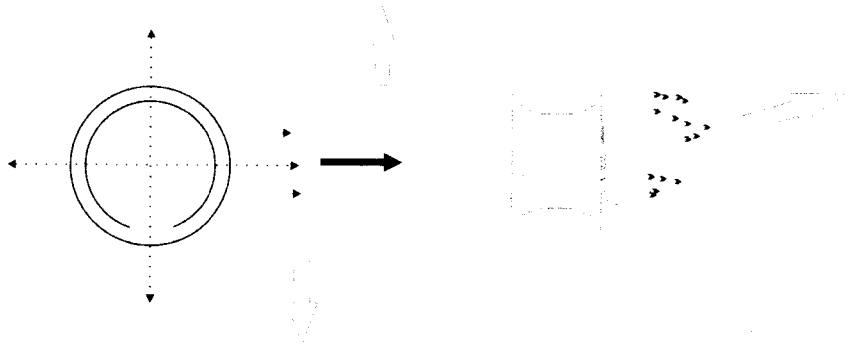
ALIRAN UDARA PADA KETINGGIAN TUBUH

2.3. KONSEP BENTUK

SISTEM AERODINAMIKA

2.3.1. PADA MASSA TUBE

ALIRAN UDARA YANG MELEWATI SISI MASSA AKAN MENGALAMI PENERUSAN DENGAN SEMPURNA, BAIK ITU DARI BERBAGAI SISI



MEMPUNYAI KOEFISIEN BENTUK YANG MAMPU MEREDUKSI BEBAN ANGIN SEBESAR 40% SEDANGKAN PADA BIDANG DATAR (PERSEGI) HANYA MAMPU MEREDUKSI BEBAN ANGIN SEBESAR 20%

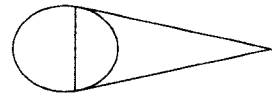
MAMPU MENERUSKAN PENGALIRAN ANGIN DENGAN MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN

PENERUSAN ALIRAN UDARA PADA MASSA TUBE MEMPUNYAI KOEFISIEN SEBESAR 80% DARI ALIRAN UDARA TOTAL

KONSEP BENTUK AERODINAMIKA

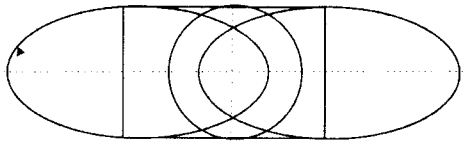
2.3.2. PADA GABUNGAN MASSA

ALIRAN UDARA AKAN SEMPURNA
KETIKA UDARA MELEWATI DARI BAGIAN DEPAN MASSA
DAN TIDAK TERJADI SUATU PENAHANAN UDARA



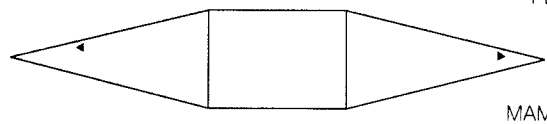
KETIKA UDARA MELEWATI SISI BAGIAN LAIN.
ALIRANNYA MENGALAMI SUATU PENAHANAN
DAN MENYEBABKAN ALIRAN UDARA TIDAK SEMPURNA

BENTUK YANG MAMPU MENGALIRKAN UDARA DENGAN BAIK



MENDEKATI BENTUKAN TUBE ALIRAN UDARA LANCAR
MAMPU MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN

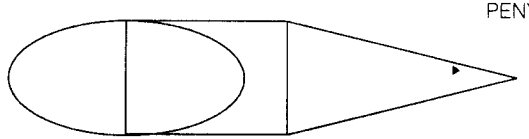
PENYEMPITAN RUANG



PENYEMPITAN RUANG

MAMPU MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN TAPI PADA
BAGIAN YANG MERUNCING MENIMBULKAN PENYEMPITAN
RUANG JIKA DIPAKAI PADA MASSA BANGUNAN

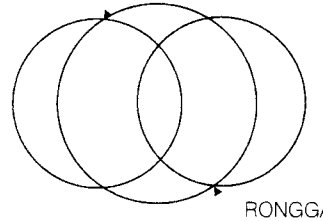
PENYEMPITAN RUANG



MAMPU MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN TAPI PADA
BAGIAN YANG MERUNCING MENIMBULKAN PENYEMPITAN
RUANG JIKA DIPAKAI PADA MASSA BANGUNAN

RONGGA UDARA

ALIRAN AUDARA KURANG LANCAR
MASIH TERDAPATNTA RONGGA UDARA



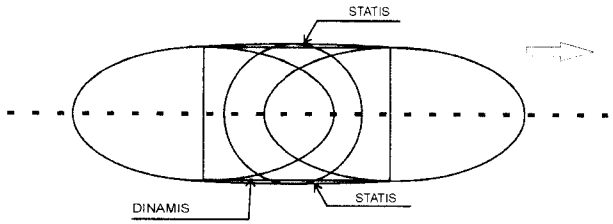
RONGGA UDARA

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

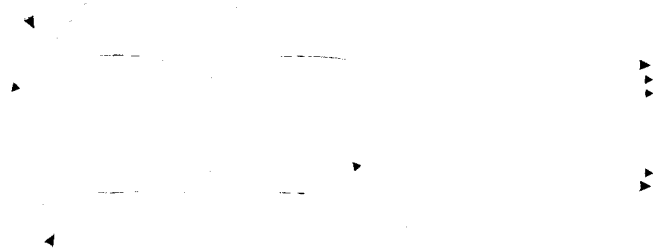
KONSEP BENTUK AERODINAMIKA

2.3.3. BENTUK MASSA TERPILIH



ALIRAN UDARA

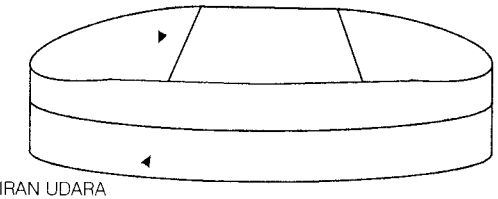
MASSA BANGUNAN SEBAGAI PEMECAH ANGIN



ALIRAN UDARA

MASSA BANGUNAN SEBAGAI PEMECAH ANGIN

BENTUK GABUNGAN MASSA



ALIRAN UDARA

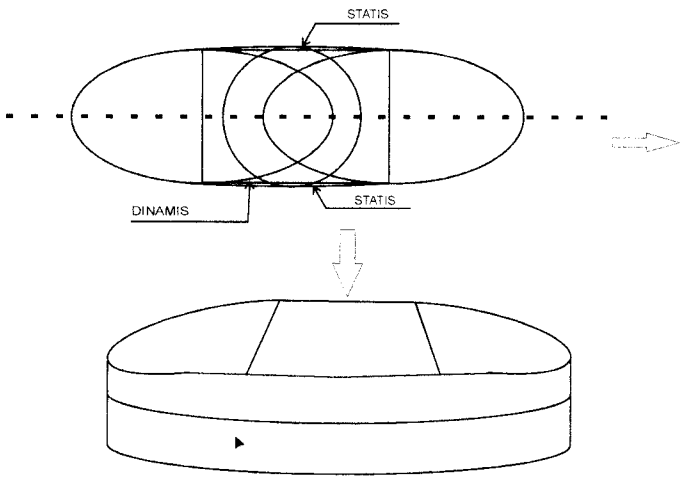
ALIRAN UDARA

MAMPU MENERUSKAN PENGALIRAN ANGIN DENGAN MEMINIMALISIR PEMANTULAN ANGIN

MEMPUNYAI KOEFISIEN BENTUK YANG MAMPU MEREDUKSI BEBAN ANGIN SEBESAR 40% SEDANGKAN PADA BIDANG DATAR (PERSEGI) HANYA MAMPU MEREDUKSI BEBAN ANGIN SEBESAR 20%

KONSEP BENTUK AERODINAMIKA

2.3.4. GAGASAN TAMPAK



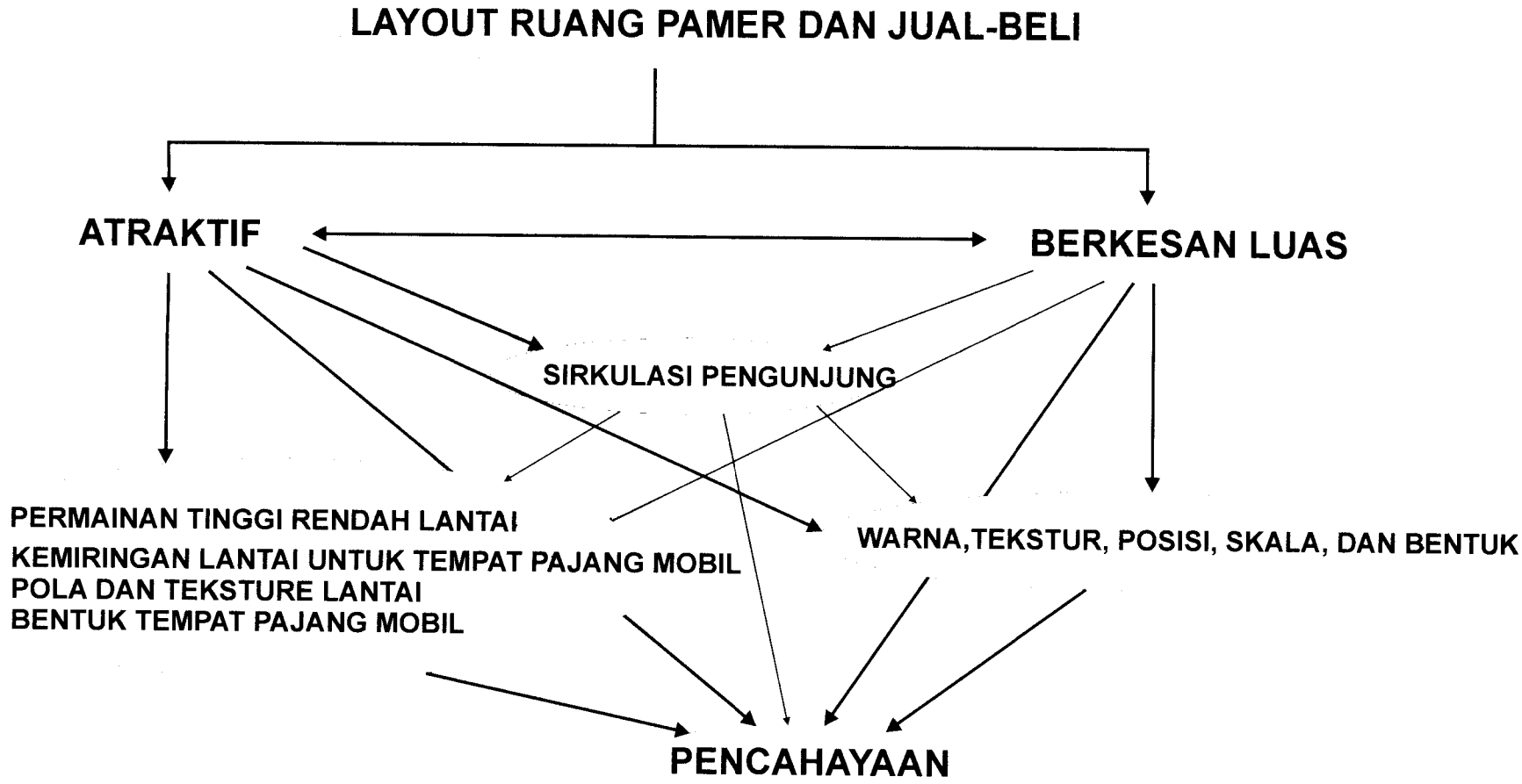
BENTUK GABUNGAN MASSA

DENGAN PENGGUNAAN ATAP LENGKUNG
YANG MAMPU MENGALIRKAN UDARA DENGAN BAIK

MATERIAL KACA BANYAK DIGUNAKAN
PADA DINDING-DINDING DEPAN SHOWROOM
UNTUK MEMPERMUDAH ALIRAN UDARA,
MEMBERI KESAN TERBUKA DAN BERKESAN LUAS

2.4. ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

2.4.1. LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

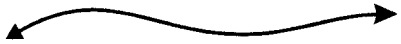


LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

2.4.1.1. SIRKULASI PENGUNJUNG

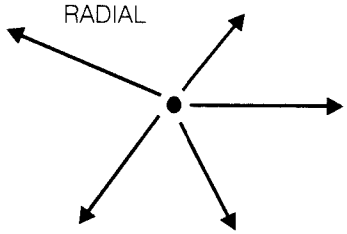
KONFIGURASI ALUR GERAK

LINIER



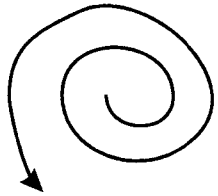
JALAN YANG LURUS DAPAT MENJADI UNSUR PENGORGANISIR YANG UTAMA UNTUK SATU DERETAN RUAN-RUANG, SEBAGAI TAMBAHAN JALAN DAPAT MELENGKUNG ATAU TERDIRI ATAS SEGMEN-SEGMEN

RADIAL



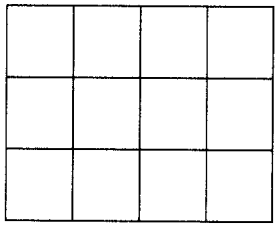
BENTUK RADIAL MEMILIKI JALAN YANG BERKEMBANG DARI ATAU BERHENTI PADA, SEBUAH PUSAT TITIK BERSAMA

SPIRAL



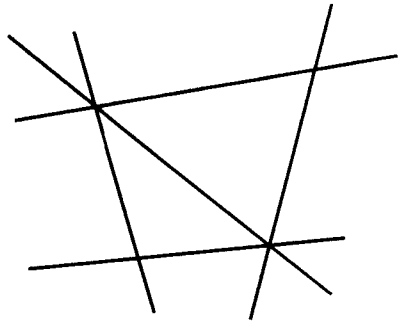
SUATU JALAN YANG MENERUS YANG BERASAL DARI TITIK PUSAT, BERPUTAR MENGELILINGINYA DENGAN JARAK YANG BERUBAH

GRID



TERDIRI DARI DUA SET JALAN-JALAN SEJAJAR YANG SALING BERPOTONGAN PADA JARAK YANG SAMA DAN MENCIPTAKAN BUJUR SANGKAR

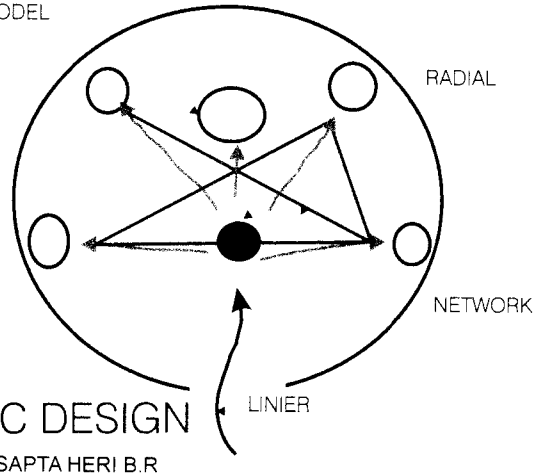
NETWORK



SUATU BENTUK JARINGAN TERDIRI DARI BEBERAPA JALAN YANG MENGHUBUNGKAN TITIK-TITIK TERTENTU DI DALAM RUANG

KONFIGURASI YANG DIAGUNAKAN PADA RUANG PAMER DAN JUAL BELI

MODEL



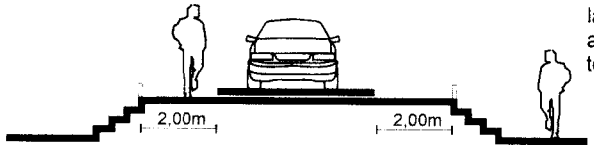
SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

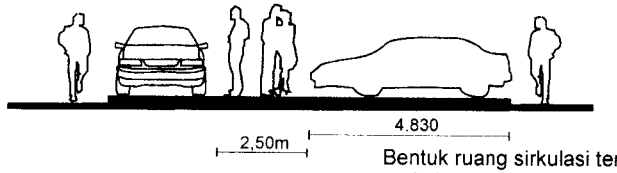
ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

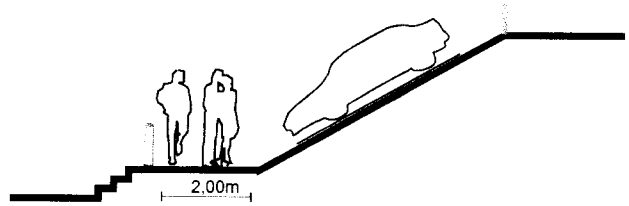
SIRKULASI PENGUNJUNG



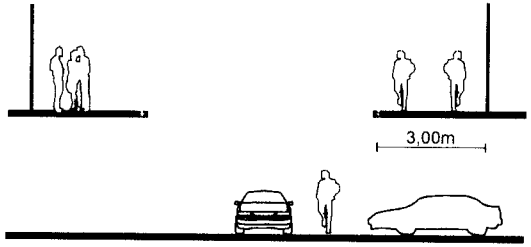
Penerapan pola split level pada lantai dengan tujuan sebagai akses visual terhadap ruang - ruang terbuka



Bentuk ruang sirkulasi terbuka pada kedua sisi menjadi perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya

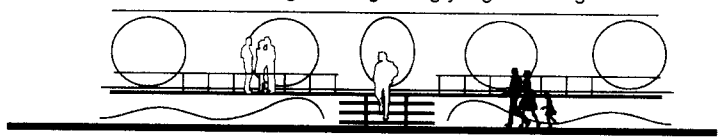


Konfigurasi alur gerak pada ruang sirkulasi yang dikombinasi dengan adanya pola ketinggian lantai untuk menciptakan alur gerak pengunjung menjadi dinamis



Bentuk ruang sirkulasi terbuka pada salah satu sisi, untuk memberikan kontinuitas visual / ruang dengan ruang-ruang yang dihubungkan

Memberikan kontinuitas visual / ruang dengan ruang-ruang yang dihubungkan

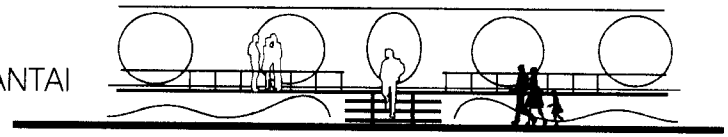


Dengan pola ketinggian lantai dan bentuk ruang sirkulasi yang terbuka akan memberikan kesan yang menarik

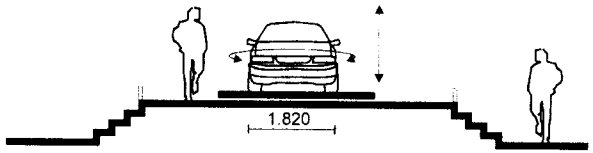
ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

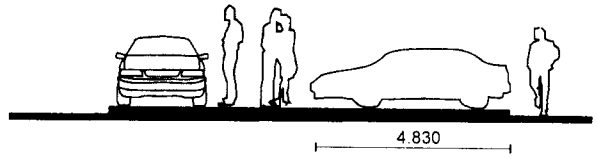
2.4.1.2. PERMAINAN TINGGI RENDAH LANTAI



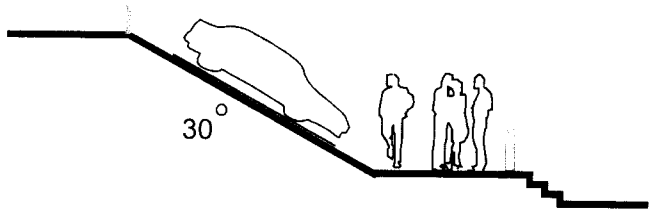
Penerapan pola split level pada lantai dengan tujuan untuk penempatan mobil, memberikan kesan menarik

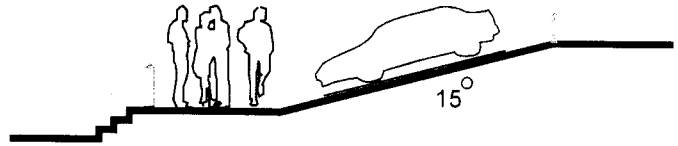


Dengan bidang yang dipertinggi dapat membentuk ruang transisi antara ruang sirkulasi dengan ruang pajang mobil

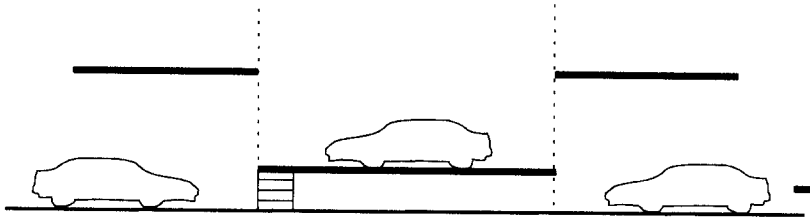


Dengan peninggian lantai beberapa cm memberikan kesan santai dan bebas



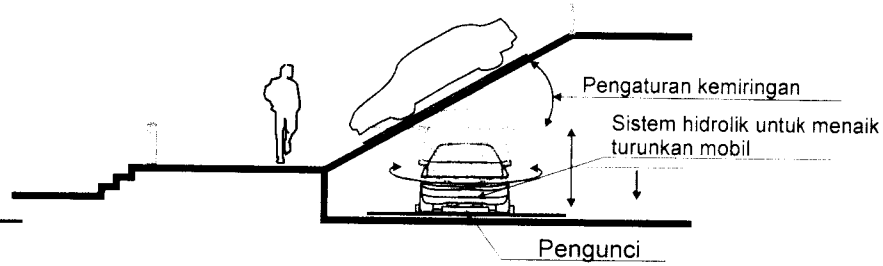


Dengan penempatan mobil yang dimiringkan dengan sudut tertentu memberikan kesan sporti dan berani dan diharapkan dapat menairk minat pengunjung



Peninggian lantai dan penempatan mobil yang disusun tinggi rendah seperti dalam rak memberi kesan teratur

PENEMPATAN MOBIL DIRUANG PAJANG



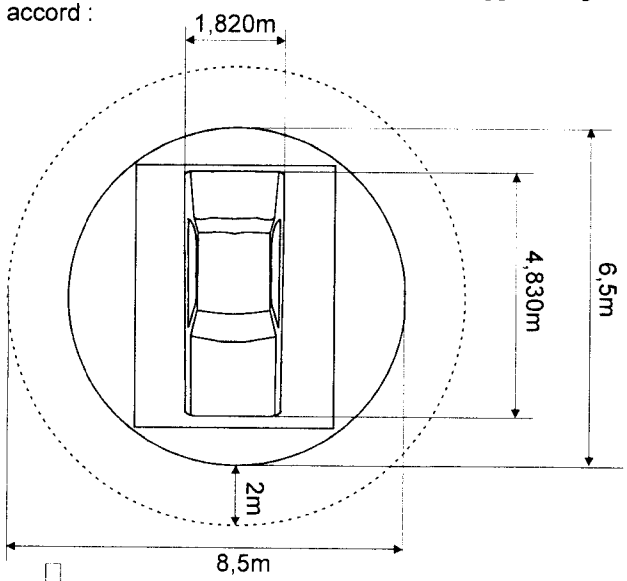
Mobil ditempatkan diatas papan hidrolik kemudian mobil dikunci pada papan hidrolik, diputar kekanan / kekiri disesuaikan dengan pandangan yang diinginkan, dinaikkan dan diatur sudut kemiringannya.

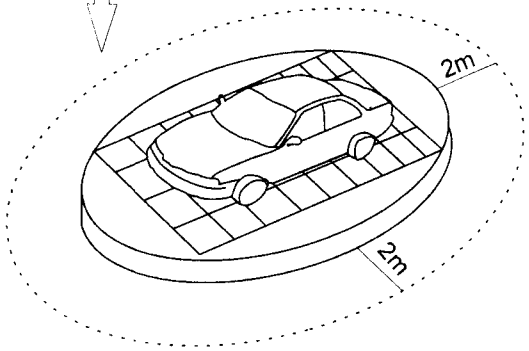
SCHEMATIC DESIGN

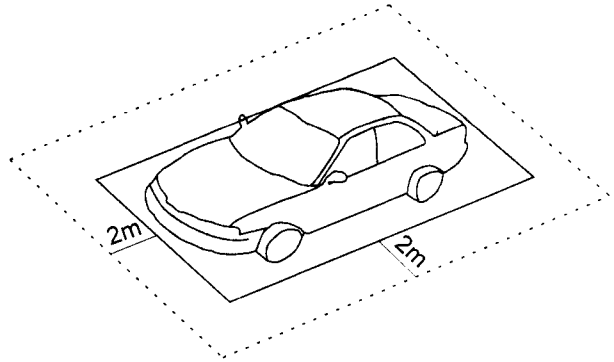
SAPTA HERI B.R

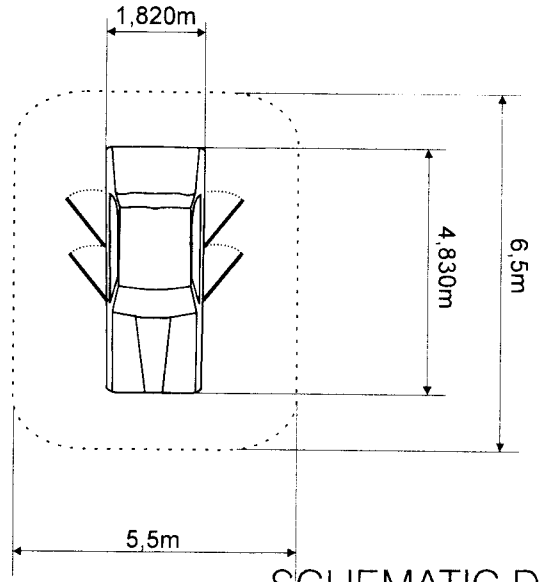
2.4.2. MODUL RUANG PAMER

Modul pada ruang pamer menggunakan standar mobil accord
yang mempunyai panjang dan lebar paling panjang sehingga ruangan bisa lebih leluasa digunakan untuk mobil-mobil honda yang lainnya
dimensi mobil accord :
P : 4.830
L : 1.820
T : 1.455
R : 2.95









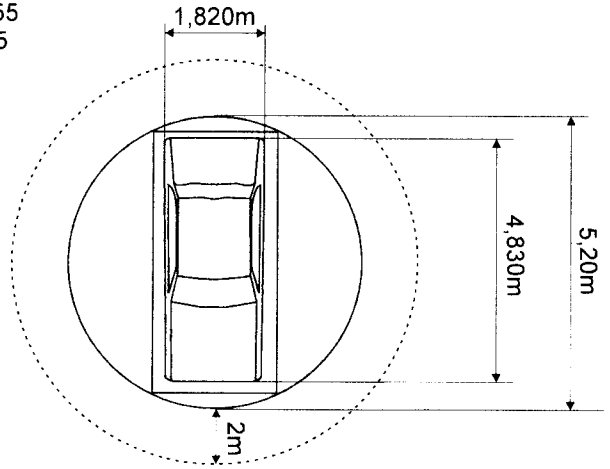
SCHEMATIC DESIGN

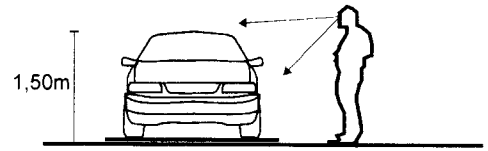
SAPTA HERI B.R

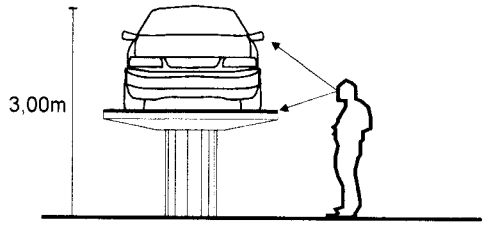
ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

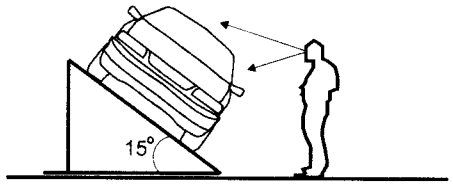
MODUL RUANG PAMER

Modul pada ruang pamer menggunakan standar mobil accord
yang mempunyai panjang dan lebar paling panjang sehingga ruangan bisa lebih leluasa digunakan untuk mobil-mobil honda yang lainnya
dimensi mobil accord :
P : 4.830
L : 1.820
T : 1.455
R : 2.95









SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

2.4.3. WARNA DAN TEXTURE

PEMBAGIAN DIMENSI WARNA

WARNA dan TEXTURE

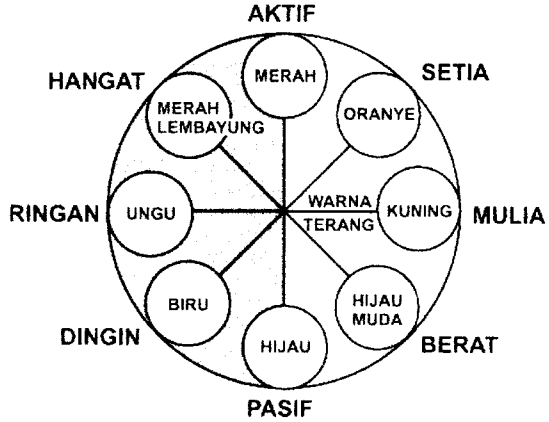
Hue (panas dinginnya warna)
- Panas : kesan gembira dan menggugah
- Dingin : kesan dingin dan sejuk

Value (terang gelapnya warna)
- Berdekatan (close value) : kesan lembut
- Berjauhan (contrast value) : kesan atraktif

Intensity (cerah suramnya warna)
- Intensitas tinggi : menyolok
- Intensitas rendah : lembut dan kabur
- Texture kasar : efek suram
- Texture licin : mencerahkan intensitas warna

WARNA WARNA TERANG BANYAK DIGUNAKAN UNTUK RUANG PAMER DAN JUAL BELI KARENA MEMBERI PENGARUH CERAH PADA RUANGAN

PENGARUH WARNA TERHADAP MANUSIA



PADA RUANG PAMER DAN JUAL BELI
PENGGUNAKAN DIMENSI WARNA-WARNA DINGIN dan WARNA TERANG PADA LANTAI DAN DINDING UNTUK MEMBERIKAN KESAN LUAS DAN MEMBERIKAN EFEK TIMBUL PADA MOBIL YANG DIPAJANG

PENGATURAN TERANG GELAPNYA WARNA YANG DIATUR BERJAUHAN AKAN MEMBERIKAN KESAN ATRAKTIF

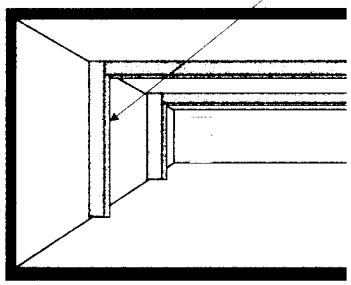
PEMBERIAN TEKSTUR LICIN DENGAN PENGATURAN CERAH SURAMNYA WARNA BERTUJUAN UNTUK MENCERAHKAN INTENSITAS WARNA YANG DIGUNAKAN

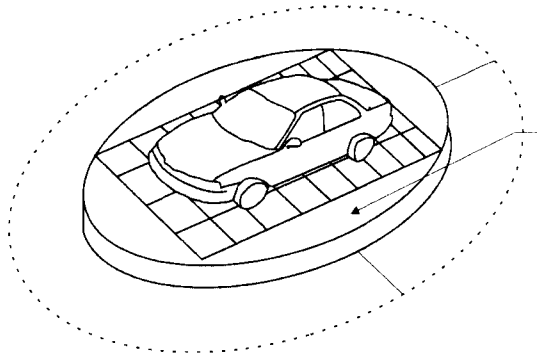
ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

WARNA DAN TEXTURE

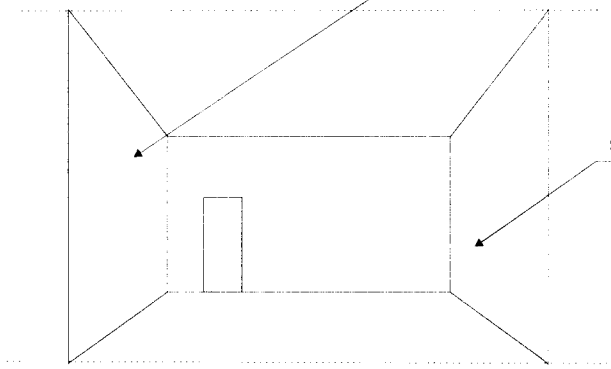
Kolom ekspos warna gelap didepan dinding warna terang kelihatan lebih kokoh



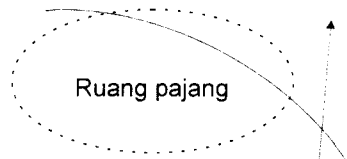


Pemberian warna silver pada tempat pajang yang dikombinasikan dengan pencahayaan buatan akan memberikan efek timbul pada mobil yang dipajang

Pemberian warna terang dan dingin memberikan efek mengendorkan syaraf dan sebagai penggiring



Konsep warna terang pada ruang memberikan suasana berkesan luas, bersih dan ringan

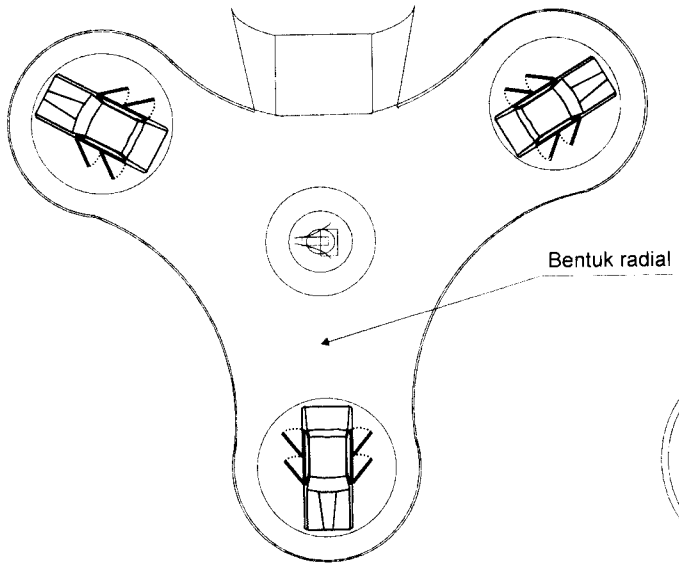


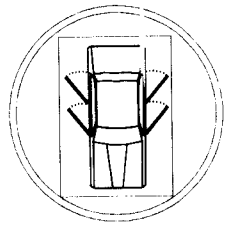
Penggunaan tekstur licin pada bidang-bidang tertentu yang akan memberikan kesan cerah dan menarik

2.4.5. LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

BENTUK DAN LAYOUT RUANG PAMER

PADA RUANG TENGAH

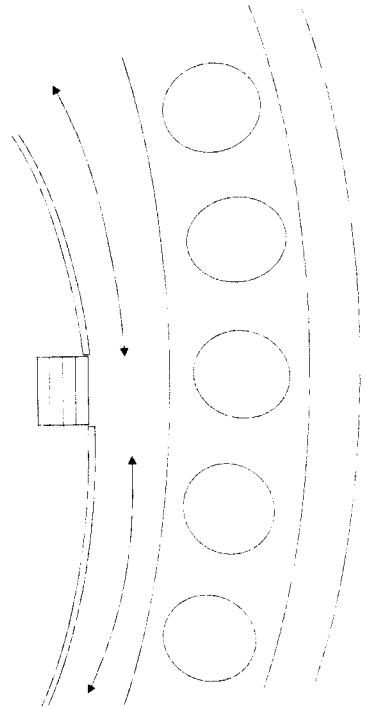




RUANG TUNGGAL

Bentuk mengambil dari bentukan lingkaran yang digunakan sebagai bentuk dasar dari bangunan yang disusun membentuk bentukan segitiga (untuk menciptakan bentukan yang menarik)

PADA RUANG SAMPING



Bentuk diambil dari bentukan lengkung untuk memberikan kesan yang fleksibel dan menghilangkan kesan monoton

SCHEMATIC DESIGN

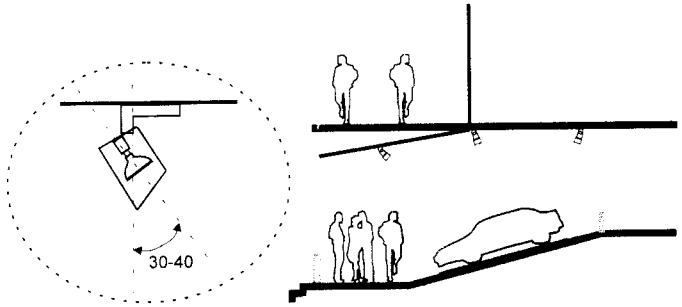
SAPTA HERI B.R

LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

2.4.6. PENCAHAYAN

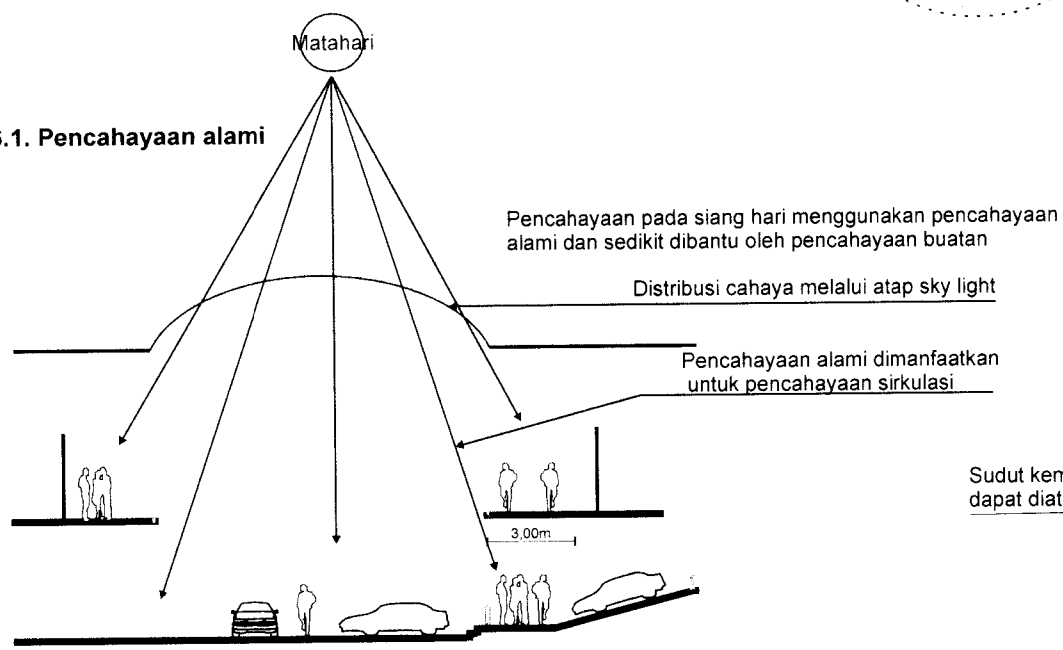
Pencahayaan yang digunakan pada bangunan showroom honda :
-pencahayaan alami
pemanfaatan sinar matahari dengan menggunakan bukaan-bukaan atau filter cahaya untuk menghasilkan efek yang diinginkan
-pencahayaan buatan
penggunaan tata lampu untuk menghasilkan suatu efek dan kesan mewah pada objek

2.4.6.2. Pencahayaan buatan



Pencahayaan pada objek pameran menggunakan lampu sorot rel aliran dari banyak sumber untuk membentuk bayangan, menyatakan bentuk dan tekstur

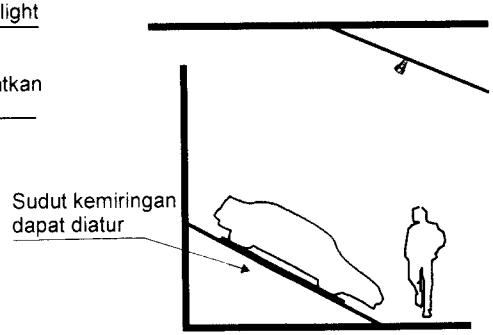
2.4.6.1. Pencahayaan alami



Pencahayaan pada siang hari menggunakan pencahayaan alami dan sedikit dibantu oleh pencahayaan buatan

Distribusi cahaya melalui atap sky light

Pencahayaan alami dimanfaatkan untuk pencahayaan sirkulasi



Dengan karakter pencahayaan yang berubah-ubah Untuk mememberikan kesan menarik para pengunjung

SCHEMATIC DESIGN

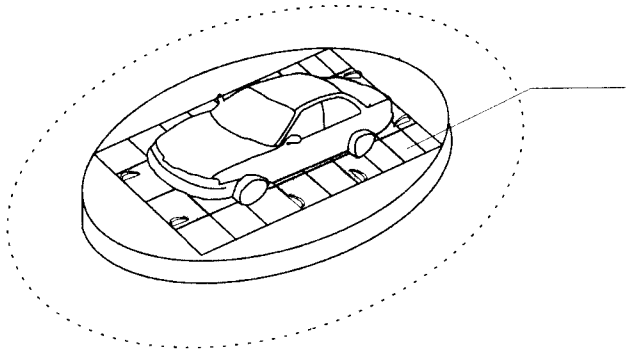
SAPTA HERI B.R

ATRAKTIF dan BERKESAN LUAS

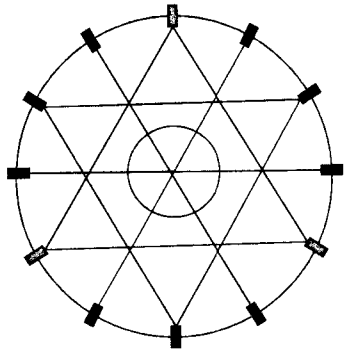
LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

PENCAHAYAN

Lampu sorot terarah dengan 6 sumber
untuk menonjolkan tekstur, bentuk, bayangan dan
memberi penekanan pada detail



Penggunaan lampu sorot lantai
yang dipantulkan kebagian bawah mobil
memberi kesan benda pamer lebih hidup

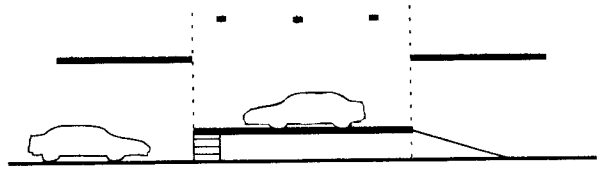


Gambar posisi titik lampu
Sumber : James H. Carmel : Exebition Techniques

3 sumber cahaya pada jari-jari 260cm dari sumbu objek pamer membentuk sudut 120

6 sumber cahaya pada jari-jari 175cm dari sumbu objek pamer membentuk sudut 60

12 sumber cahaya pada jari-jari 130cm dari sumbu objek pamer membentuk sudut 30



Lampu dinding sebagai pencahayaan terhadap
tekstur dinding dengan efek cahaya filter warna
dan prisma memberikan kesan menarik

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

2.5. JENIS KEGIATAN DALAM SHOWROOM HONDA

2.5.1. KEGIATAN UTAMA

1. **PAMERAN**
   RUANG PAMER SEBAGAI TEMPAT MEMPERKENALKAN PRODUK-PRODUK BARU DAN PRODUK UNGGULAN KEPADA KONSUMEN
2. **JUAL-BELI**
   TRANSAKSI DAGANG YANG DAPAT DILAKUKAN OLEH PRODUSEN DAN KONSUMEN DILOKASI SHOWROOM MAUPUN DILUAR SHOWROOM
3. **INFORMASI**
   MEMBERI PELAYANAN INFORMASI MENGENAI PRODUK YANG DIPAMERKAN DAN MENGENAI PERKEMBANGAN INDUSTRI MOBIL KHUSUSNYA HONDA YANG JELAS DAN OTENTIK
4. **PERBENGKELAN**
   TEMPAT UNTUK MELAKUKAN PERBAIKAN-PERBAIKAN MOBIL DAN MEMPERSIAPKAN MOBIL YANG BARU DIBELI
5. **TEST DRIVE**
   TEMPAT UJI COBA KENDARAAN BARU DIBELI ATAU KENDARAAN YANG HABIS DIREPARASI

SEHINGGA DIPERLUKAN RUANG UNTUK MENAMPUNG KEGITAN BERUPA:
-RUANG PAMER / EKSHEBISI
-RUANG TRANSAKSI (RUANG PEMASARAN)
-BENGKEL
-RUANG UJI COBA

PROSES KEGIATAN PADA RUANG PAMER

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN	
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN
SALES	MEMBERI INFORMASI KEPADA PENGUNJUNG MEMPERKENALKAN PRODUK BARU	MEJA, KURSI, KOMPUTER	MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PENGUNJUNG DAN MENUNJUKKAN MATERI YANG DIPAMERKAN
PENATA DEKORASI	PENATAAN MATERI BERUPA MOBIL HONDA	TEMPAT MELETAKKAN MOBIL	KELELUASAAN GERAK UNTUK MENATA MOBIL MAUPUN MATERI LAINNYA
PENGUNJUNG	MELIHAT-LIHAT DAN MENCARI INFORMASI	MATERI YANG DIPAMERKAN	KELELUASAN GERAK UNTUK MELIHAT. MEMBUTUHKAN PENGHAWAAN YANG BAIK. DAPAT LELUASA MELIHAT BAIK DARI LUAR KEDALAM MAUPUN DARI DALAM KEDALAM BANGUNAN ITU SENDIRI. MEMBUTUHKAN SUASANA DARI KEBISINGAN.

PROSES KEGIATAN JUAL-BELI

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN	
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN
PENGUNJUNG	PENGAMATAN TERHADAP MATERI YANG DIJUAL	MOBIL	MEMERLUKAN KELELUASAAN GERAK UNTUK MENGAMATI MATERI
SELES DAN KONSUMEN	PENAWARAN DAN TRANSAKSI	MEJA, KURSI, AL MARI, KOMPUTER	PEMBICARAAN YANG BERTUJUAN UNTUK MENCAPAI KESEPAKATAN

PROSES KEGIATAN DI BENGKEL

PELAKU	AKTIFITAS	KEBUTUHAN	
		PERALATAN	KARAKTER KEGIATAN
PENGUNJUNG	MENYERAHKAN MOBIL, MENUNGGU, UJI COBA, MEMBAYAR	MOBIL, UJI COBA	MEMERLUKAN KELELUASAAN GERAK UNTUK MELIHAT MOBILNYA, MENUNGGU, MENGUJI COBA
KASIR	PEMBAYARAN	MEJA, KURSI, AL MARI, KOMPUTER	MENERIMA PEMBAYARAN
MEKANIK	MEMPERBAIKI KERUSAKAN, MENGUJI MOBIL	ALAT –ALAT BENGKEL	MENGECEK DAN MEMPERBAIKI MOBIL

2.6. PROGRAM RUANG

2.6.1. KEBUTUHAN RUANG MENURUT TINGKAT PRIVASI

KEBUTUHAN RUANG PUBLIK

PARKIR
-PENGUNJUNG DAN PENGELOLA SHOWROOM
-PENGUNJUNG DAN KARYAWAN BENGKEL

ENTRANCE HALL

KEGIATAN UTAMA
-RUANG PROMOSI
-RUANG JUAL-BELI
-RUANG INFORMASI

BENGKEL
-RUANG TUNGGU

KANTIN

LAVATORY

KEBUTUHAN RUANG SEMI PUBLIK

RUANG PEMASARAN

RUANG PENUNJANG
-RUANG AUDIO VISUAL
-RUANG PERPUSTAKAAN
-RETAIL-RETAIL AKSESORIES
-RUANG RAPAT
-GUDANG MOBIL
-TEMPAT TEST DRIVE
-MUSHOLA

RUANG PERBAIKAN
-BENGKEL
-RUANG MEKANIK
-RUANG KASIR
-RUANG MINYAK PELUMAS
-RUANG PEMERIKSAAN
-RUANG BONGKAR MESIN

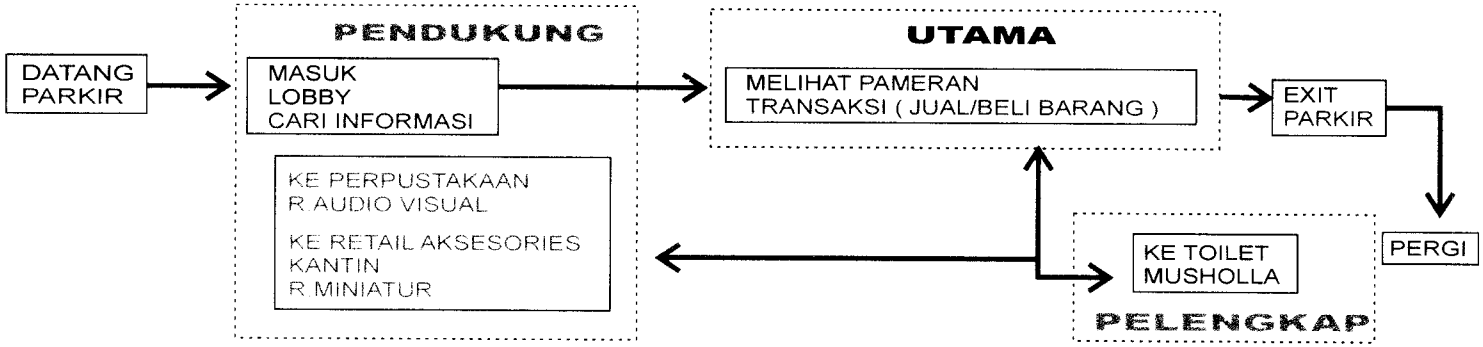
-LAVATORY

KEBUTUHAN RUANG PRIVAT

RUANG PENGELOLA
-RUANG DIREKTUR
-RUANG SEKRETARIS
-RUANG ADMINISTRASI
-RUANG PERSONALIA
-RUANG STAFF-STAFF
-STAFF STOCK
-STAFF SALES
-STAFF MEKANIK
-STAFF SPARE PART

RUANG SERVIS
-RUANG GENSET
-RUANG POMPA AIR
-RUANG PANEL LISTRIK

Kegiatan PENGUNJUNG SHOWROOM



SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

PROGRAM RUANG

2.6.2. BESARAN RUANG

2.6.2.1. KEBUTUHAN RUANG PENGELOLA SHOWROOM

JENIS RUANG	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas(M2)
R. DIREKTUR	1	3 orang	3.5 x 3.5	12.25
R. SKERTARIS	1	4 orang	3 x 3	9
R. MANAGER	1	4 orang	3 x 4	12
R. ADMINISTRASI	3	6 orang	@3 x 4	36
R. PEMASARAN	1	3 orang	3 x 4	12
R. PERSONALIA	1	3 orang	3 x 3	9
R. MEETING	1	25 orang	6.5 x 6.5	37.5
TOILET	2	8 orang	5.5 x 6	32
R. CLEANING SERVICE	1	8 orang	4 X 3	12
R. PERALATAN	1	4 orang	2 X 2	4
R. TEKNISI	1	2 orang	3 X 3	9

Jumlah :184.75 M2
20% Sirkulasi : 36.95 M2

Total Luas 221.7 M2

2.6.2.2. KEBUTUHAN RUANG SHOWROOM

JENIS RUANG	Jumlah	Kapasitas	Satuan	Luas(M2)
ENTRANCE HALL	1	50 orang	50 x 1.24	64
RUANG KEAMANAN	2	2 orang	2 x 4	8
RUANG PROMOSI	1	18-20 mobil	20 x 39.294	785.88
RUANG RECEPTIONIST	2	3 orang	3 x 4 x 2	24
RUANG STAFF STOCK	1	6 orang	6 x 4	24
RUANG STAFF SALES	1	6 orang	6 x 4	24
RUANG INFORMASI	2	10 orang	10 x 1.5	30
RUANG TRANSAKSI	1	14 orang	4 x 12	48
RUANG DUDUK	2	10 orang	20 x 0.8	16
GUDANG	1	10 - 13 mobil	13 x 39.294	510.822
LAVATORY	2	8 orang	8 x 6 x 2	96

Jumlah : 1630.702 M2
40% Sirkulasi : 652.28 M2

Total Luas 2282.98 M2

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

PROGRAM RUANG

BESARAN RUANG

2.6.2.3. KEBUTUHAN RUANG BENGKEL

JENIS RUANG	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas(M2)
R. RECEPTIONIST DAN KASIR	3	9 orang	6 x 6	36
R. STAFF MEKANIK	1	3 orang	4 x 5	20
R. STAFF SPARE PART	1	3 orang	4 x 5	20
R. MINYAK PELUMAS	1	1 rak 10 drum	4 x 6.5	26
R. BONGKAR MESIN	1	4 mesin	6 x 10	60
R. PERBAIKAN	1			
- PERBAIKAN RINGAN		12-16 mobil	16 x 39.5452	632.7232
- PERBAIKAN BERAT		4 mobil	4 x 50.4292	201.7168
- PERBAIKAN ELEKTRIKAL		5 mobil	5 x 39.5452	197.726
R. SUKU CADANG	1	8 X 20	8 X 20	160
R.GANTI KARYAWAN				
R. SIRKULASI MOBIL	1	40 orang	12 x 4	48
R. KEAMANAN	1	63.79 X 7.78	63.79 X 7.78	496.2862
R. TUNGGU	2	2 orang	2 x 4	8
LAVATORY	2	30 orang	8 x 5	40
	1	12 orang	12 X 4	48

Jumlah : 1994.45 M2
20% Sirkulasi : 398.89 M2

Total Luas 2393.34 M2

2.6.2.4. KEBUTUHAN RUANG UTILITAS BANGUNAN

	Jumlah	Luasan	Ukuran	Total
R. GENSET & TRAFO	1	48	6 X 8	48
R. CONTROL PANEL	1	10	2 X 5	10
R. AHU	1	60	6 X 5	60
R. CHILLER	1	36	2 X 3	36
BAK AIR, TREATMENT & MESIN	1	48	8 X 6	48
WATER TOWER	1			
SHAFT ELECTRICAL	1	0.5	0.5 X 1	0.5
SHAFT AIR	1	1	1 X 1	1

Jumlah : 237
20% Sirkulasi : 48

Total Luas 285 M2

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

PROGRAM RUANG

BESARAN RUANG

2.6.2.5. KEBUTUHAN RUANG PENUNJANG

JENIS RUANG	Jumlah	Kapasitas	Satuan	Luas(M2)
R. AUDIO VISUAL	1	50 orang	50 x 0.8	50
R. KANTIN	2	60 orang	@60 x 0.8	305
R. RETAIL AKSESORIES	30	15 r. Kecil	@4 x 4	240
		10 r. Sedang	@5 x 5	250
		5 r. Besarl	@5 x 6	150
R. MINIATUR	1	1 ruang	5 x 6	30
R. PERPUSTAKAAN	1	15 orang	6 x 6	36
MUSHOLA	1	30 orang	8 x 7.5	56.9
LAVATORY	2	8 orang	5.5 x 6	32

Jumlah : 1149.9M2
20% Sirkulasi : 229.98 M2

Total Luas 1379.88 M2

R. TEST DRIVE	1	1 putaran	300 x 4	1200	
PARKIR					
-PENGELOLA	2	10 mobil	@5.8 x 2.3	133.4	1020.2 X 40% :408.08
		20 motorl	@0.8 x 1.8	28.8	:1428.28M2
-PENGUNJUNG	2	60 mobil	@5.8 x 2.3	800.4	
		40 motor	@0.8 x 1.8	57.6	

Jumlah : 2220.2M2
40% Sirkulasi : 888.08 M2

Total Luas 3108.28 M2

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

PROGRAM RUANG

BESARAN RUANG

BESARAN RUANG KERSELURUHAN

KELOMPOK KEGIATAN	BESARAN RUANG
KEBUTUHAN RUANG PENGELOLA	221.7 M2
KEBUTUHAN RUANG SHOWROOM	2282.98 M2
KEBUTUHAN RUANG BENGKEL	2393.34 M2
KEBUTUHAN RUANG PENUNJANG	1379.88 M2
KEBUTUHAN RUANG UTILITAS BANGUNAN	285 M2
KEBUTUHAN RUANG PARKIR	1428.28
JUMLAH TOTAL	7991.18 M2

BUILDING COVERAGE (BC) : 60 S/D 80%

L. LAHAN : 13937.5 M2
L. LANTAI TOTAL :7991.18 M2
~ BC 60 % = 8362.2 M2
~ BC 70 % = 9755.9 M2

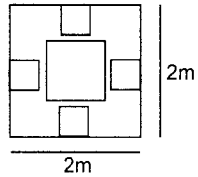
Ket besaran ruang

MUSHOLLA
~ R. SHOLAT 30 Org @ (1.35 X 0.6) M = 24.3 M2
~ WUDHU 10 Org @(1.85 X 0.9) M = 16.6 M2
~ TOILET 4 Unit @ (2 x 2) M = 16 M2
LUAS TOTAL = 56.9 M2

RUANG TEST DRIVE
- LEBAR TRACK = M +2F
= 2 + 2
= 4M
-PANJANG TRACK 1 PUTARAN = 500 M

TOTAL LUAS PARKIR
~ 70 MOBIL @ (5.8 X 2.3) M2 = 933.8 M2
~ 60 MOTOR @ (0.8 X 1.8) M2 = 86.4 M2

KANTIN
~ R. MAKAN 80 Org 1Meja 4 orang = 80m2
~ R. MINUM 10 Org 1meja 5 orang = 20m2
~ DAPUR 3 X 4 = 12m2
~ R. CUCI 2 X 2 = 4m2
~ PANTRY 2 X 3 = 6m2
~ GUDANG BAHAN 3 X 3 = 9m2
~ GUDANG PERALATAN 3 X 3 = 9m2
~ KASIR 1.5 X 2 = 3m2
~ TOILET 4 unit @ 2 X 2 = 8m2
luas total = 151 m2

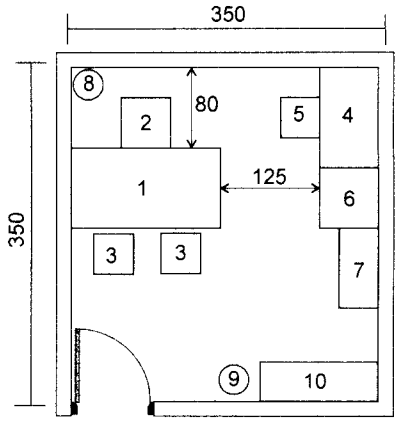


SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

PROGRAM RUANG

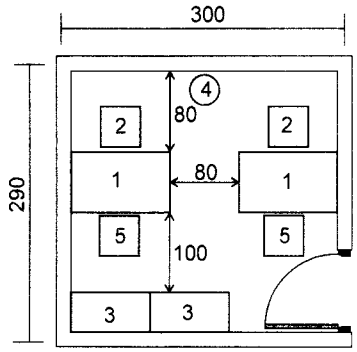
2.6.2.6. STUDY MODUL RUANG PENGELOLA



R. DIREKTUR

KETERANGAN :

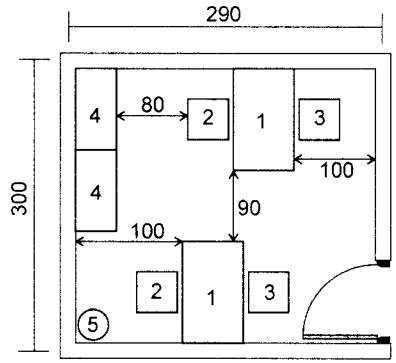
1. MEJA DIREKTUR (150 X 80 X 80)
2. KURSI DIREKTUR (50 X 50 X 50)
3. KURSI TAMU (45 X 45 X 45)
4. MEJA KOMPUTER (100 X 60 X 70)
5. KURSI KOMPUTER (45 X 45 X 45)
6. BRANKAS DOCUMENT (60 X 60 X 100)
7. FILE CABINET (80 X 40 X 150)
8. TEMPAT SAMPAH
9. VEGATASI (DLM POT)
10. RAK BUKU (40 X 120 X 200)



R. SKERTARIS

KETERANGAN :

1. MEJA (100 X 60 X 70)
2. KURSI (45 X 45 X 45)
3. FILE CABINET (80 X 40 X 150)
4. TEMPAT SAMPAH



R. PERSONALIA

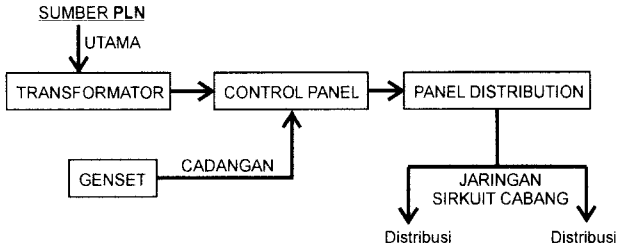
KETERANGAN :

1. MEJA (100 X 60 X 70)
2. KURSI (45 X 45 X 45)
3. KURSI TAMU (45 X 45 X 45)
4. FILE CABINET UNIT (80 X 40 X 150)
5. TEMPAT SAMPAH

2.7. SISTEM UTILITAS

2.7.1. SISTEM ELEKTRIKAL

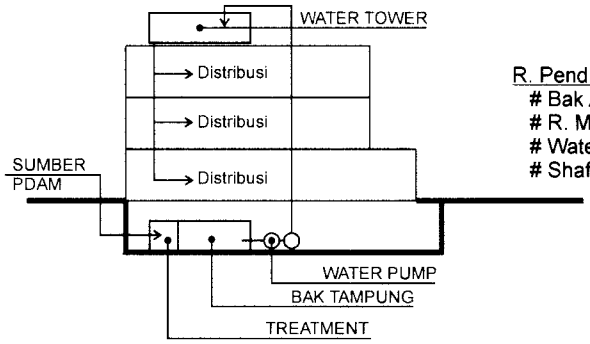
SUMBER : PLN
CADANGAN : GENERATOR SET



R. Pendukung :
R. Genset
Transformator
Control Panel
Shaft Electrical

2.7.2. SISTEM AIR BERSIH

DISTRIBUSI AIR BERSIH MENGGUNAKAN SISTEM **DOWNFIT**

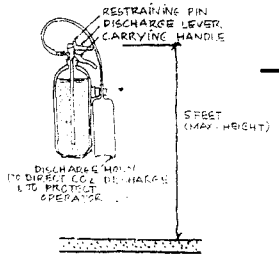


R. Pendukung :
Bak Air & Treatment
R. Mesin (satu dg bak tampung)
Water Tower
Shaft Air

2.7.3. SISTEM PENGAMANAN

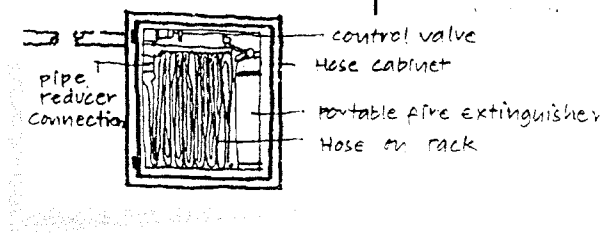
SISTEM PENGAMANAN TERHADAP BAHAYA API
DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM FIRE EXTINGUISHER
(PEMADAM API RINGAN) UNTUK TINGKAT KEBAKARAN
RELATIF KECIL.
SELAIN ITU MENGUNAKAN HOSERACK YANG DILETAKKAN
DILUAR BAGUNAN.

LAMA OPERASI 8-90 SECONDS/UNIT



FIRE EXTINGUISHER
PENANGAN KEBAKARAN KECIL,
MUDAH DIBAWAH-BAWAH DAN
DILETAKKAN DI DALAM BANGUNAN
KHUSUSNYA DIDALAM BENGKEL

HOSE RACK
PENANGANAN KEBAKARAN BESAR

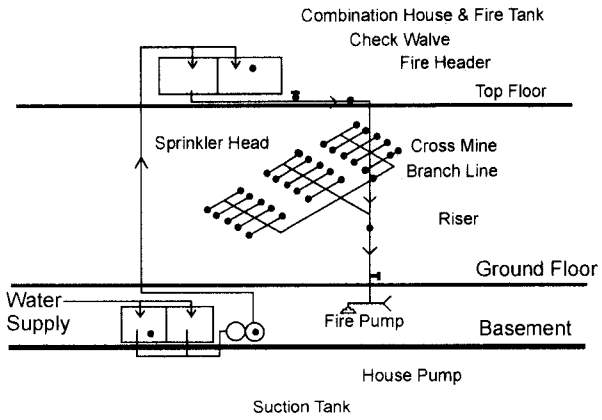


JANGKAUAN 25-30 M
PENEMPATAN DI RUANG PUBLIC
DAN REPRESENTATIF

SISTEM UTILITAS

2.7.4. FIRE PROTECTION

SISTEM ABATEMENT (Penanggulangan) UTAMA : SPRINKLER

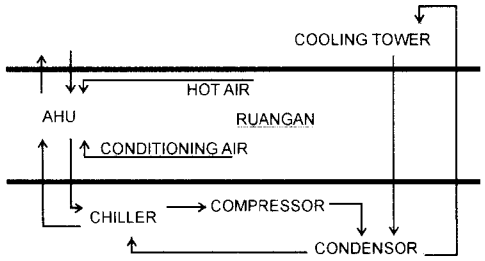


R. Pendukung :
House/ Fire tank
Water Suply
Shaft Riser Pipe

PENGGUNAAN PADA BANGUNAN SHOWROOM

2.7.5. SISTEM AIR CONDITIONING

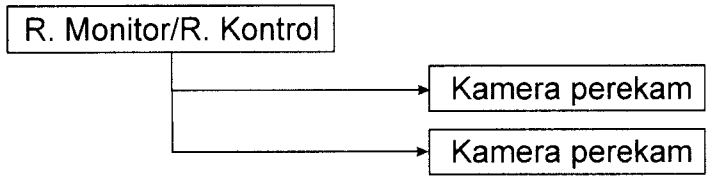
SISTEM AC : AC CENTRAL



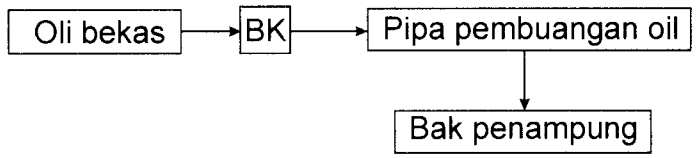
R. Pendukung :
R. Chiller
R. AHU
Cooling Tower
Shaft Ducting

2.7.6. SISTEM KEAMANAN

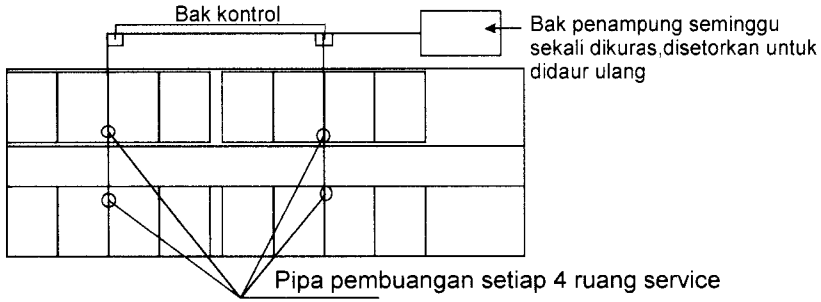
Sistem keamanan selain menggunakan satpam juga menggunakan sistem keamanan kamera yang memonitor segala aktifitas baik siang maupun malam. Penempatan kamera pada tempat-tempat tertentu yaitu pada ruang pamer dan retail-retail.



2.7.7. Sistem pembuangan oil



Pipa pembuangan ditempatkan diantara 4 ruang servise

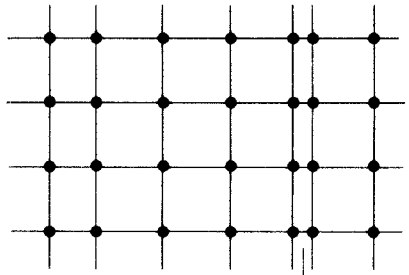


SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

2.8. SISTEM STRUKTUR

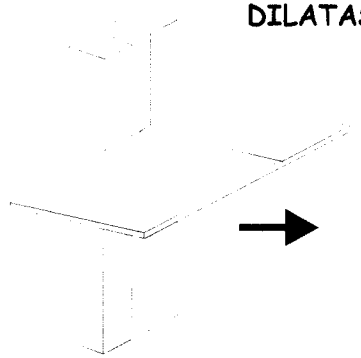
SISTEM STRUKTUR YANG DIGUNAKAN ADALAH SISTEM RANGKA (RIGID FRAME) DENGAN MENGGUNAKAN ATAP DAG DAN LENGKUNG.



►GRID STRUKTUR

►DILATASI (PEMISAHAN STRUKTUR) BERFUNGSI SEBAGAI PENJAGA KESTABILAN BANGUNAN DARI BAHAYA GEJALA ALAM SEPERTI GEMPA

DILATASI



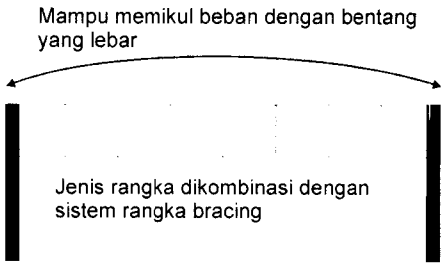
PLAT LANTAI YANG TERPISAH KARENA DILATASI DISAMBUNG DENGAN MENGGUNAKAN LAPISAN KEDAP AIR.

RIGID FRAME (RANGKA)

TERDIRI DARI KOLOM STRUKTUR DAN BALOK INDUK, BALOK ANAK

KANTILEVER

SISTEM STRUKTUR TAMBAHAN DENGAN MENGGUNKAN BALOK SEBAGAI PENYANGGA PLATLANTAI DIGUNAKAN UNTUK SELASAR PADA BANGUNAN BERTINGKAT



BALOK KANTILEVER

KOLOM STRUKTUR

SCHEMATIC DESIGN

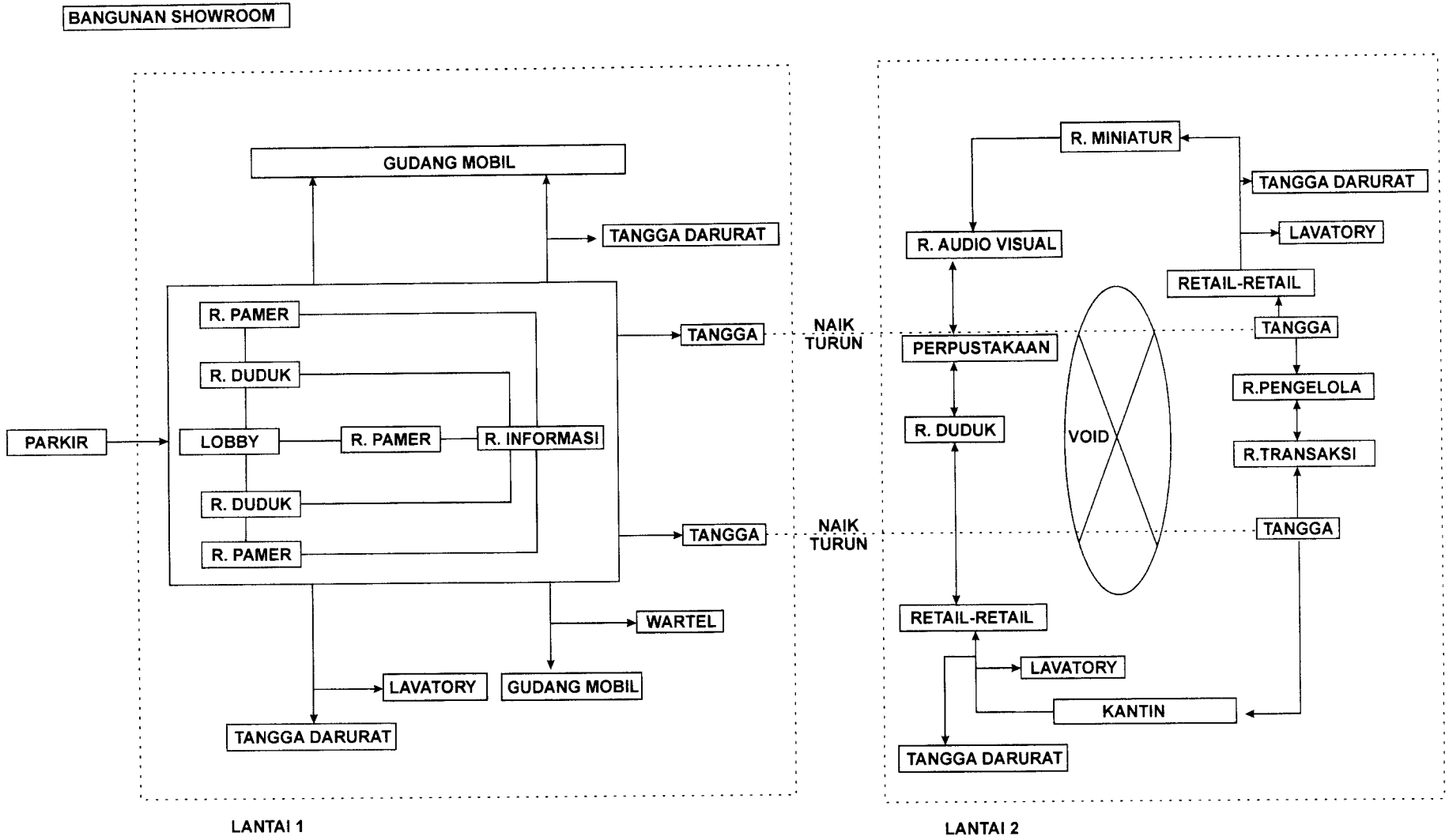
SAPTA HERI B.R

2.9ORGANISASI RUANG

NO	RUANG	FUNGSI RUANG			PERSYARATAN RUANG					SIFAT RUANG		
		SHOWROOM	BENGKEL	PENDUKUNG	AC	LIGHT	SAFE	ACCES	VIEW	PRIVAT	SEMI PUBLIK	PUBLIK
1	Entrance Hall	✓			2	2	3	3	3			✓
2	Keamanan	✓	✓		2	2	2	2	2		✓	
3	Receptionist	✓	✓		2	2	2	3	2			✓
4	R. Direktur	✓			2	2	2	2	2	✓		
5	R. Sekertaris	✓			2	2	2	2	1	✓		
6	R. Manajer	✓			2	2	2	2	1	✓		
7	R. Administrasi	✓			2	2	2	2	1	✓		
8	R. Pemasaran	✓			2	2	2	2	1	✓		
9	R. Personalia	✓			2	2	2	2	1	✓		
10	R. Meeting			✓	2	3	2	2	1		✓	
11	R. Cleaning service			✓	1	2	1	2	1		✓	
12	R. Peralatan			✓	1	2	1	1	1	✓		
13	R. Teknisi			✓	2	2	2	2	1	✓		
14	R. Promosi	✓			3	3	3	3	3			✓
15	R. Staff stock	✓			2	2	2	2	1	✓		
16	R. Staff sales	✓			2	2	2	2	1	✓		
17	R. Informasi	✓			2	2	2	3	2			✓
18	R. Transaksi	✓			2	2	2	2	2		✓	
19	R. Duduk	✓			2	2	3	2	3			✓
20	Gudang mobil	✓		✓	2	2	3	2	2		✓	
21	Lavatory	✓	✓	✓	1	2	1	1	1		✓	
22	R. Kasir		✓		2	2	2	2	2		✓	
23	R. Staff mekanik		✓		2	2	2	2	1	✓		
24	R. Staff spare part		✓		2	2	2	2	1	✓		
25	R. Minyak pelumas		✓		1	2	2	2	1		✓	
26	R. Bongkar mesin		✓		1	2	2	2	1	✓		
27	R. Perbaikan											
	- Perbaikan ringan		✓		1	2	3	2	2		✓	
	- Perbaikan berat		✓		1	2	3	2	2		✓	
	- perbaikan elektrik		✓		1	2	3	2	2		✓	
28	R. Suku cadang		✓	✓	1	2	2	2	1	✓		
29	R. Ganti karyawan		✓	✓	1	2	2	2	1	✓		
30	R. Tunggu		✓	✓	2	2	3	2	2			✓
31	R. Audio visual			✓	3	2	3	2	2		✓	
	- R. Duduk										✓	
	- R. P. Film									✓		
32	R. Kantin			✓	3	2	3	2	3		✓	
	- R. Makan										✓	
	- R. Minum										✓	
	- Dapur									✓		
	- R. Cuci									✓		
	- R. Kasir										✓	
	- R. Pemesanan										✓	
	- Pantry										✓	
	- Gudang										✓	
	- Toilet										✓	
33	Retail aksesories			✓	2	3	3	2	2		✓	
	- R. Retail										✓	
	- R. Duduk											✓
	- R. Keamanan										✓	
	- R. Pengelola									✓		
	- Toilet										✓	
34	R. Miniatur			✓	2	3	3	2	2		✓	
35	R. Perpustakaan			✓	2	3	3	2	1		✓	
	- R. Baca										✓	
	- R. Referensi										✓	
	- R. Informasi										✓	
36	Mushola			✓	2	3	3	2	1		✓	
	- R. Sholat									✓		
	- R. Wudhu										✓	
	- Toilet										✓	
37	Utilitas			✓	1	2	3	2	1	✓		
	- R. Genset									✓		
	- R. Trafo									✓		
	- R. Control panel										✓	
	- R. AHU									✓		
	- R. Chiller									✓		
	- Bak Air									✓		
	- Shaft elektrikal									✓		
	- Shaft air									✓		
	- Shaft sampah									✓		
38	Parkir			✓	2	3	3	2	1			✓

KET = 1 : RENDAH 2 : SEDANG 3 : TINGGI

ORGANISASI RUANG

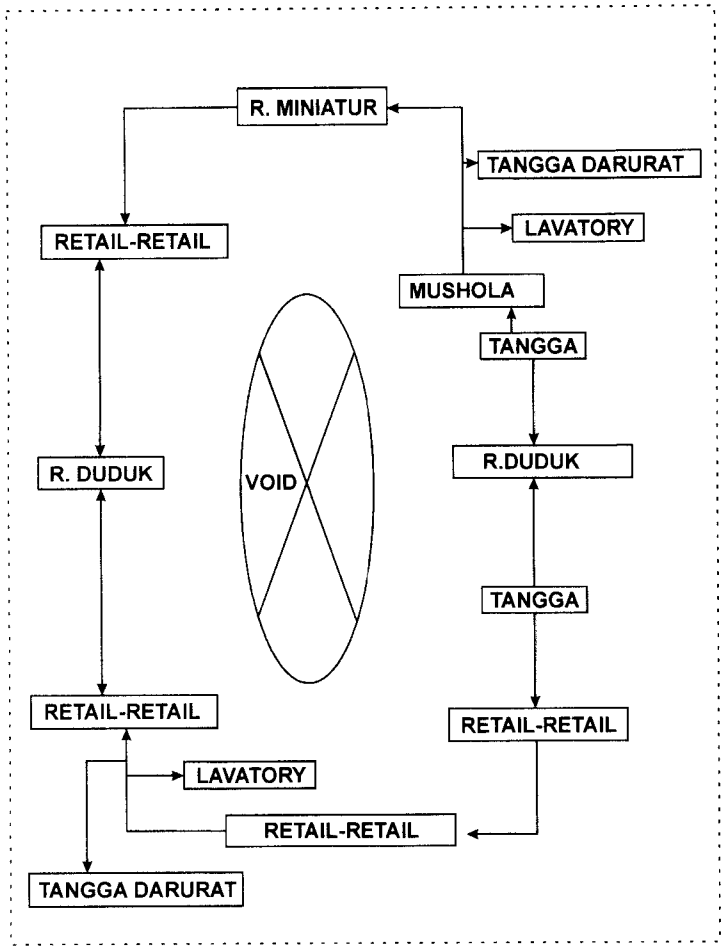


SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

ORGANISASI RUANG

BANGUNAN SHOWROOM



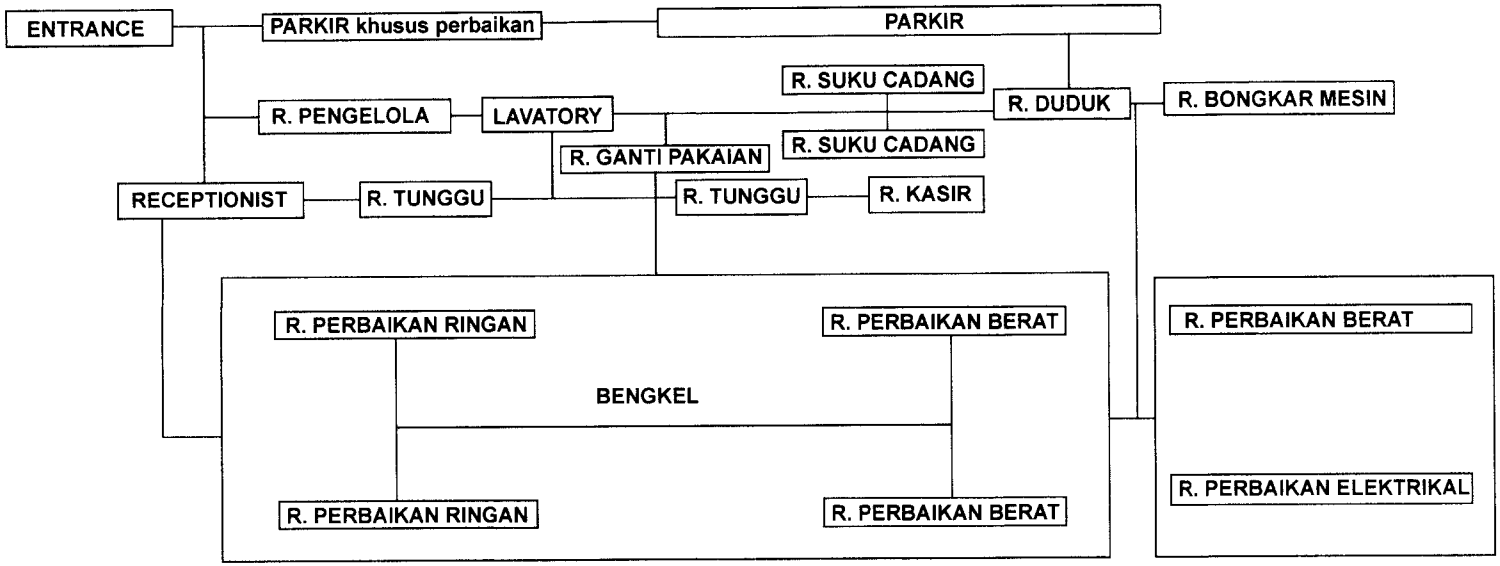
LANTAI 3

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

ORGANISASI RUANG

BENGKEL



SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

2.10. METRIK HUBUNGAN RUANG

JUMLAH LANTAI SHOWROOM = 4 YAITU : BASEMENT, LANTAI 1, LANTAI 2, LANTAI 3.

BASEMENT

PARKIR MOBIL DAN MOTOR											
R. KARCIS	3										
R. SECURITY	2	3									
R. MEE	2	1	1								
R. GENSET	2	1	2	1							
R. AC	2	2	2	1	2						
R. CLEANING SERVICE	2	1	0	1	1	1					
R. TEKNISI	2	1	2	2	1	1	1				
LAVATORY	2	2	2	1	1	1	1	2			
GUDANG	2	2	2	1	0	0	1	2	1		
TANGGA	2	1	1						1	2	

LANTAI 2

R. PENGELOLA											
R.AUDIO VISUAL	2										
PERPUSTAKAAN	3	2									
R. MINIATUR	2	2	1								
RETAIL-RETAIL	2	2	1	2							
R.DUDUK	2	2	2	2	1						
MUSHOLA	3	2	1	1	2	2					
R.TRANSAKSI	2	2	2	2	2	1	2				
LAVATORY	2	2	2	2	2	2	2	2			
TANGGA	2	3	2	2	2	2	2	3	2		
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

LANTAI 1

HALL								
R.INFORMASI	3							
R. SECURITY	2	3						
R. PAMER	3	3	2					
GUDANG MOBIL	2	2	2	2				
LAVATORY	2	2	2	2	2			
R. TRANSAKSI	2	2	2	2	1	1		
TANGGA	3	2	2	2	2	2	1	
	1	1	2	2	2	2	1	1

LANTAI 3

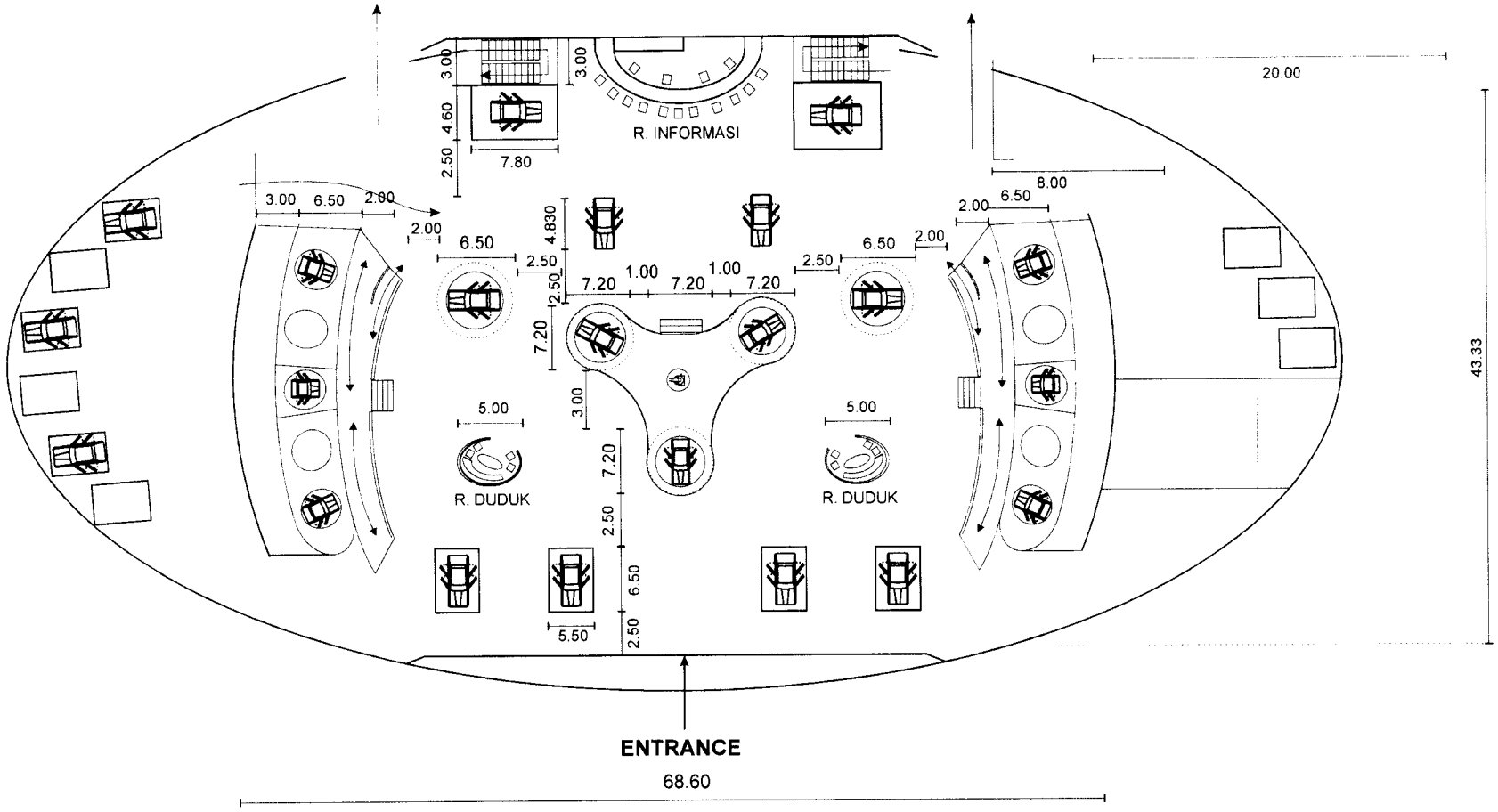
R. SECURITY								
RETAIL-RETAIL	2							
R.DUDUK	3	2						
MUSHOLA	2	2	1					
KANTIN	2	2	2	2				
LAVATORY	2	2	2	2	2			
TANGGA	2	3	2	2	2	2		
	2	2	2	2	2	2	2	

KET. HUBUNGAN =
3 : SANGAT DEKAT
2 : DEKAT
1 : SEDANG
0 : JAUH

2.11. LAYOUT RUANG PAMER DAN JUAL-BELI

LAYOUT RUANG PAMER

BENGKEL

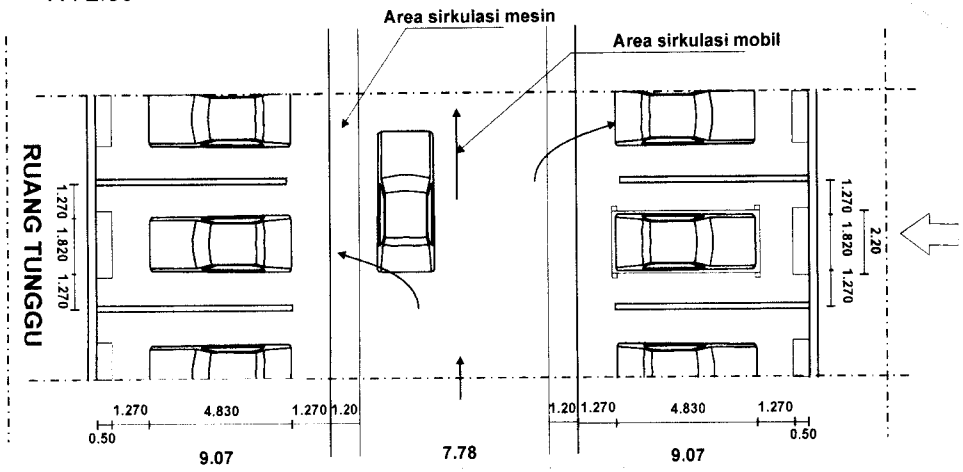


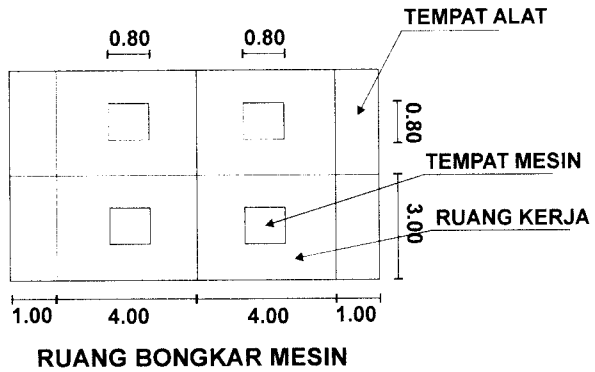
SCHEMATIC DESIGN

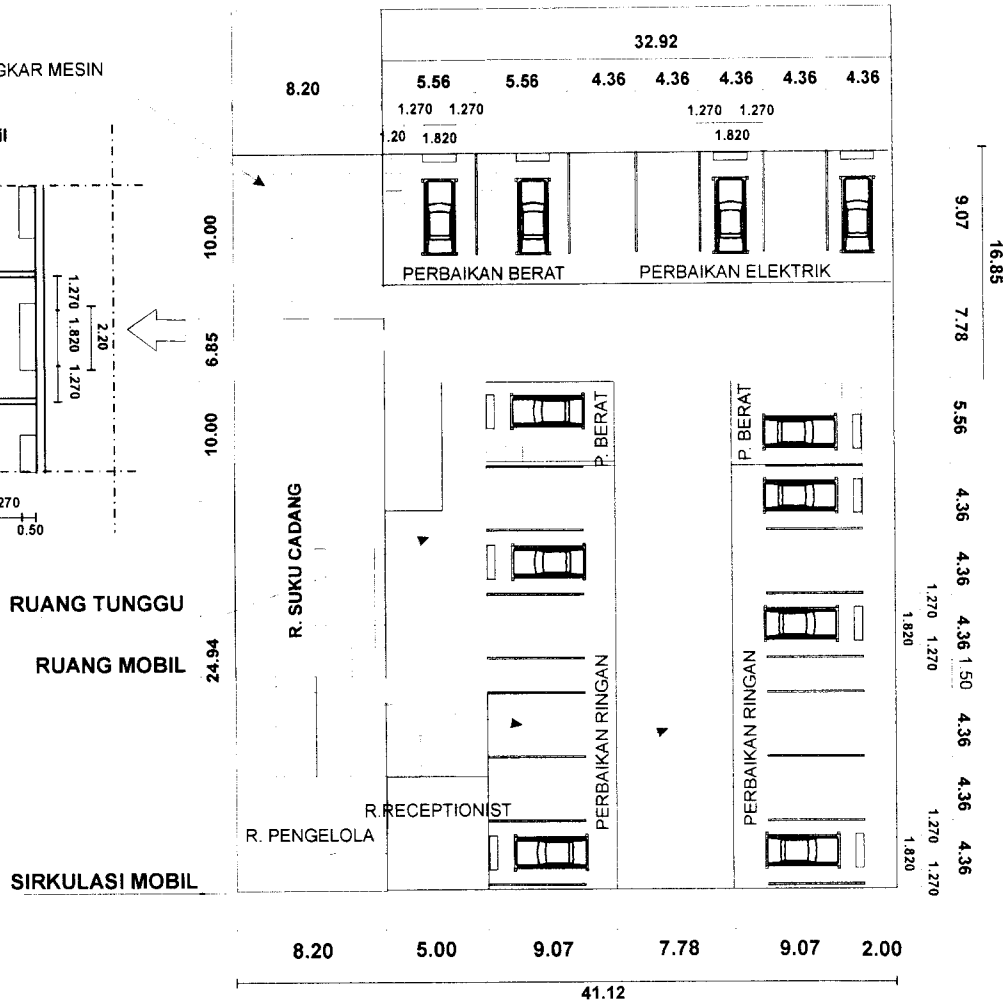
SAPTA HERI B.R

2.12. LAYOUT RUANG BENGKEL

Modul pada ruang bengkel menggunakan standar mobil accord
yang mempunyai panjang dan lebar paling panjang sehingga ruangan bisa lebih leluasa digunakan untuk mobil-mobil honda yang lainnya
dimensi mobil accord :
P : 4.830
L : 1.820
T : 1.455
R : 2.95





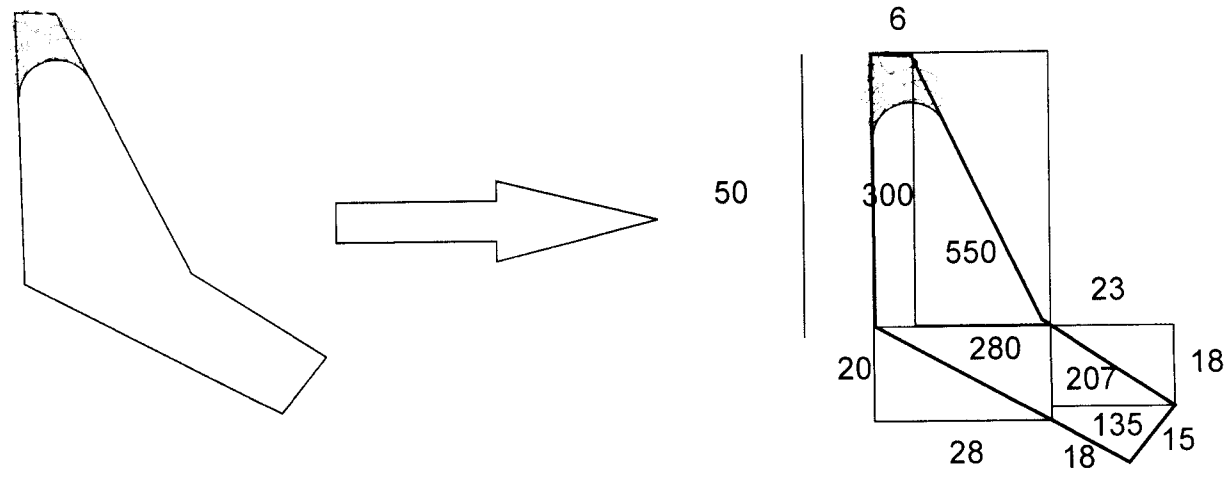


SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

2.13. TEST DRIVE

LUAS TEMPAT UJI KENDARAAN



LUAS : 1472 M2

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

2.14. SPESIFIKASI SITE

U

LETAK SITE DIJALAN MAGELANG KM 7

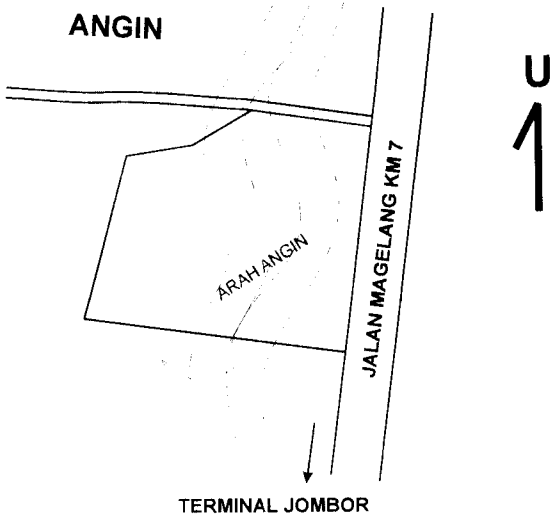
LUAS SITE : 13670m2

BATASAN SITE :
SEBELAH UTARA : JALAN KECIL DAN PERTOKOAN
SEBELAH SELATAN : TOKO SUMBER ABADI
SEBELAH TIMUR : JALAN MAGELANG
SEBELAH BARAT : TANAH KOSONG DAN PERUMAHAN

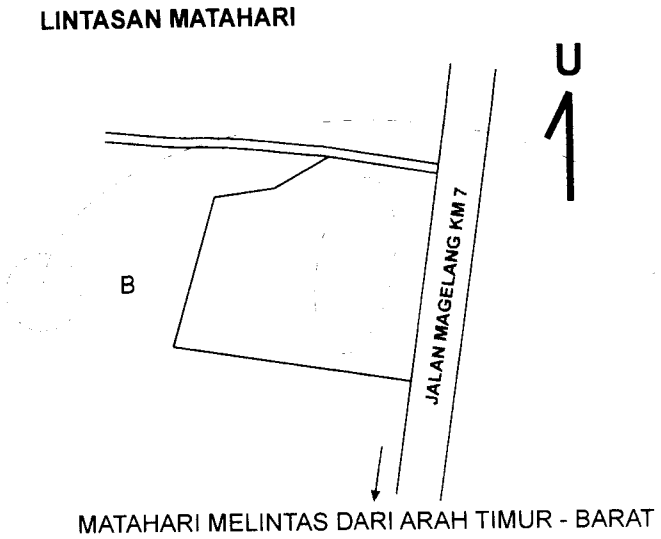
SCHEMATIC DESIGN

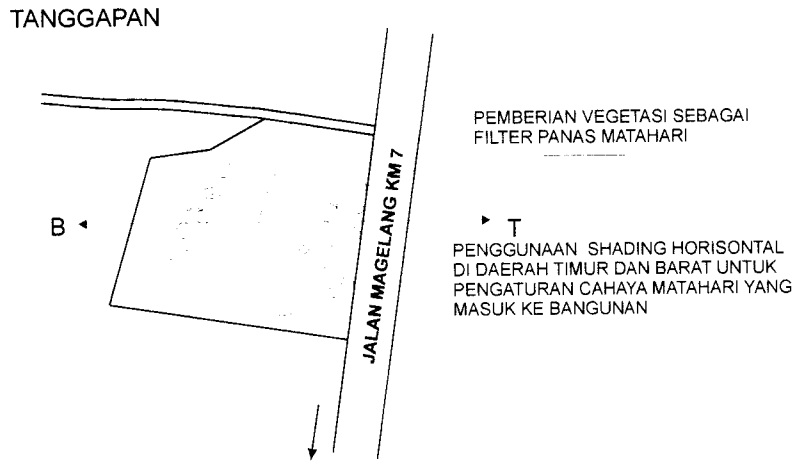
SAPTA HERI B.R

2.15. ANALISIS SITE



ANGIN BERTIUP DARI ARAH UTARA DAN SELATAN
(ANGIN DARAT DAN ANGIN LAUT)
KECEPATAN RATA-RATA 0.2 M/dt





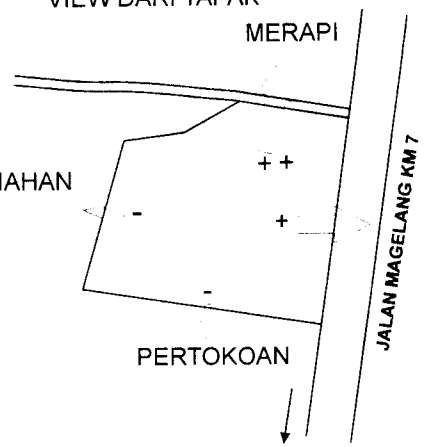
SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

ANALISIS SITE

VIEW

VIEW DARI TAPAK



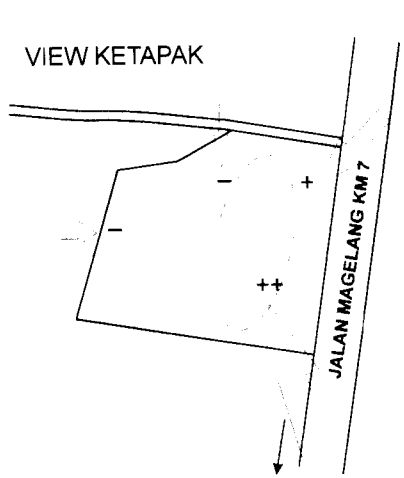
++ : VIEW SANGAT BAIK

\+ : VIEW BAIK

\- : VIEW KURANG BAIK

TANGGAPAN

VIEW KETAPAK



++ : SANGAT BAIK

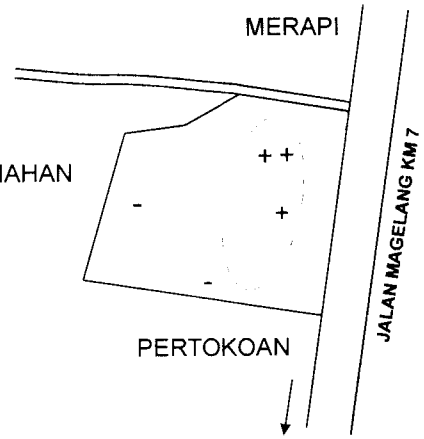
\+ : BAIK

_ : KURANG BAIK

- - : SANGAT KURANG

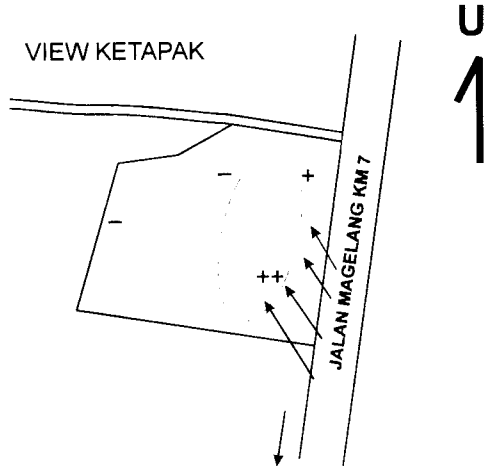
TANGGAPAN

VIEW DARI TAPAK



BUKAAN DIPERBANYAK PADA SISI TIMUR
DAN UTARA UNTUK MELIHAT VIEW MERAPI

VIEW KETAPAK



BANGUNAN DIHADAPKAN KE ARAH TIMUR / JALAN MAGELANG
BUKAAN BUKAAN DIPERBANYAK PADA SISI TIMUR MEMANFAATKAN
JALAN MAGELANG SEBAGAI VIEW TERBANYAK

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

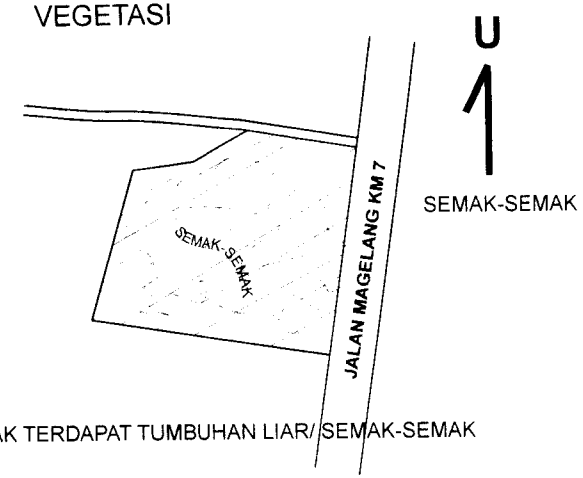
ANALISIS SITE

KEBISINGAN

KEBISINGAN TERBESAR DARI ARAH TIMUR
YAITU PADA JALAN RAYA

KEBISINGAN DARI ARAH UTARA DAN BARAT RENDAH

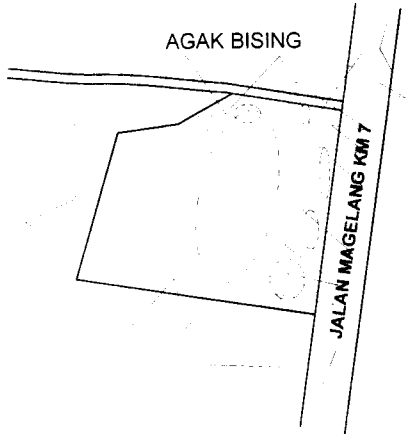
VEGETASI



SEMAK-SEMAK

BANYAK TERDAPAT TUMBUHAN LIAR/ SEMAK-SEMAK

TANGGAPAN



PENGGUNAAN VEGETASI
UNTUK MEMFILTER KEBISINGAN

DAERAH PALING BISING DIGUNAKAN
SEBAGAI AREA PARKIR

MASSA BANGUNAN DIJAUHKAN
DARI SUMBER KEBISINGAN

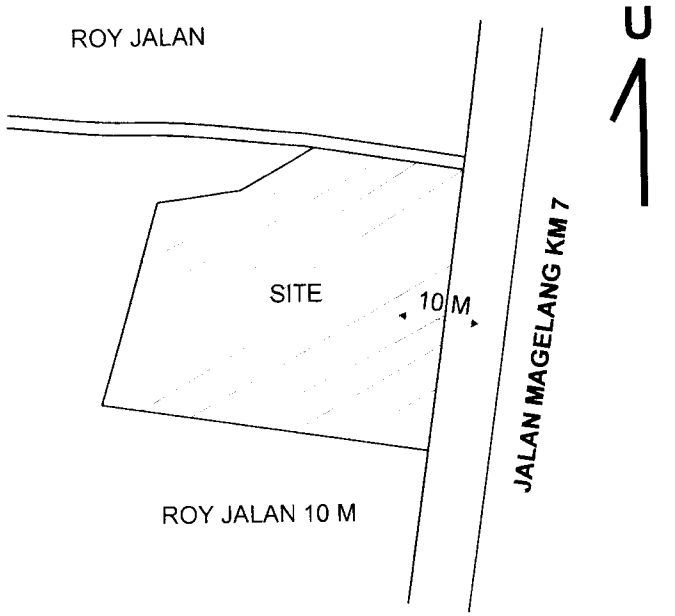
TANGGAPAN

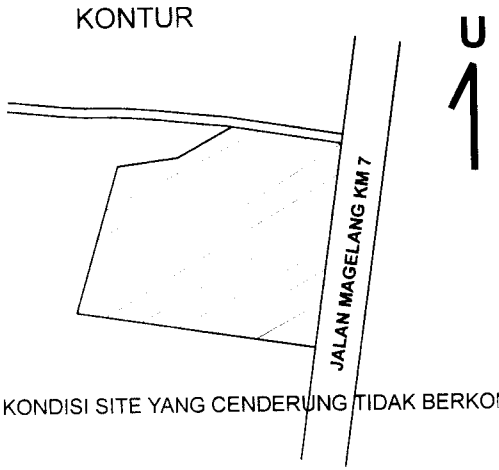
VEGETASI BERUPA SEMAK-SEMAK
DIHILANGKAN DIGANTI DENGAN
POHON PENEDUH

SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

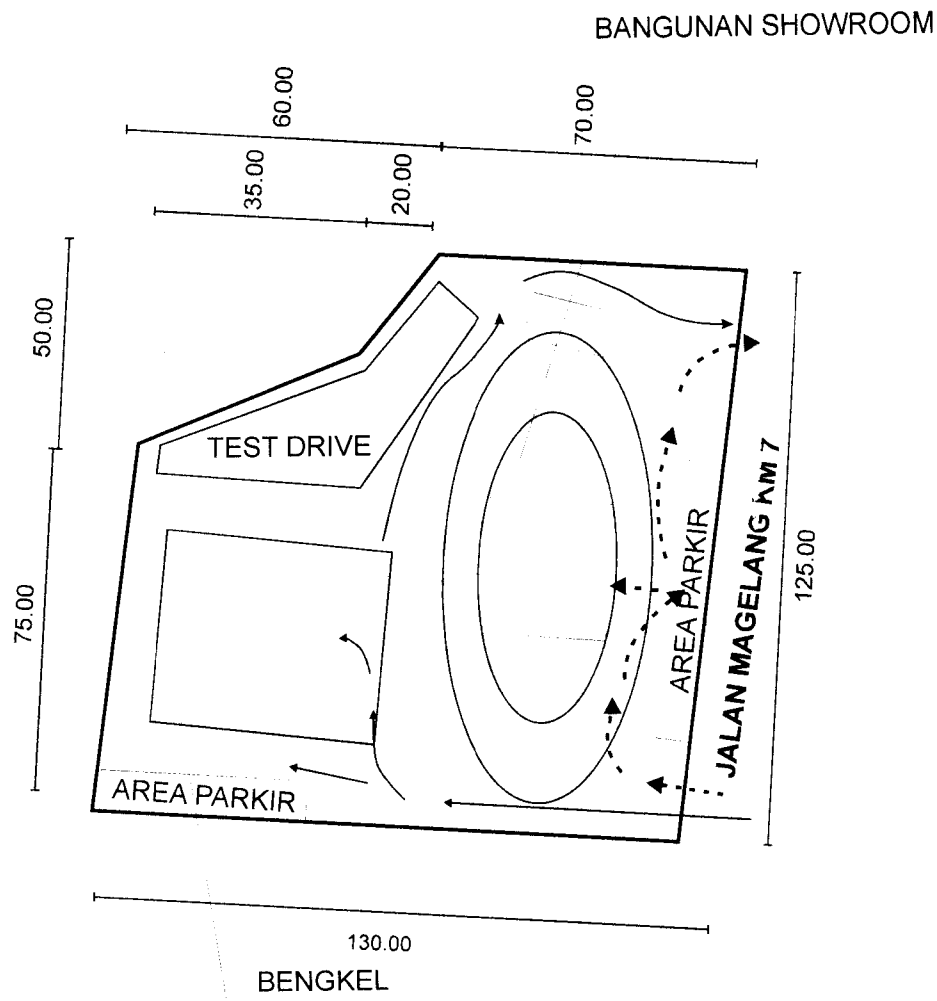
ANALISIS SITE





KONDISI SITE YANG CENDERUNG TIDAK BERKONTUR

KEDUDUKAN BANGUNAN DALAM SITE



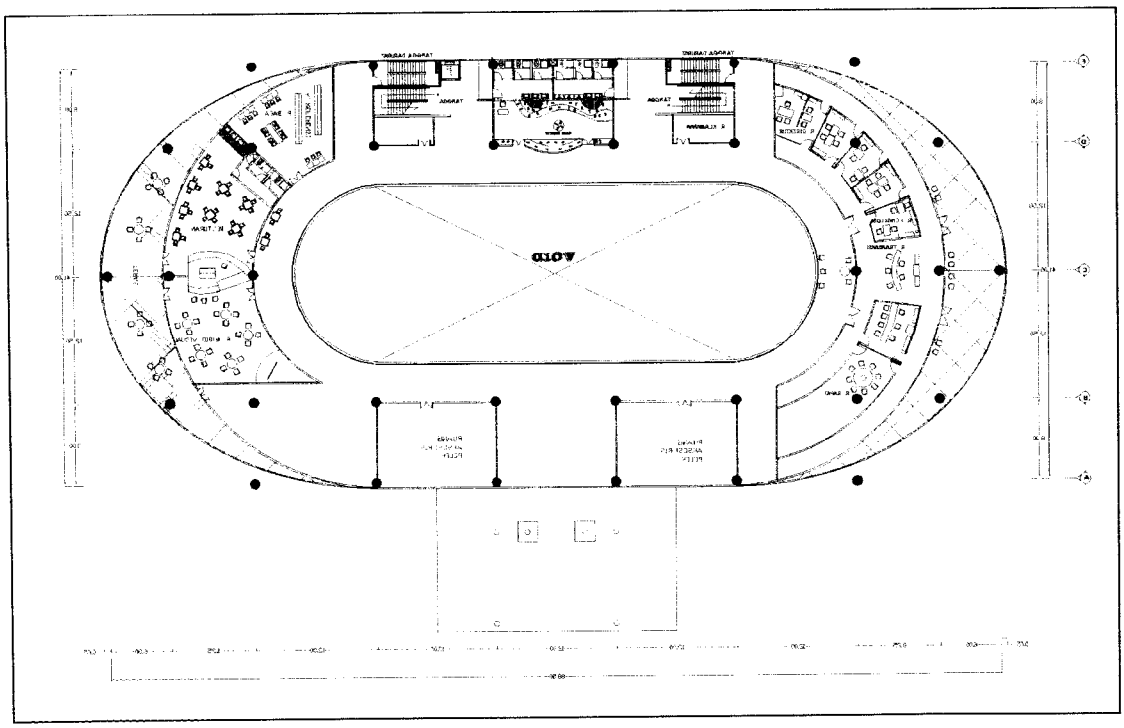
SIRKULASI PENGUNJUNG SHOWROOM

SIRKULASI KE BENGKEL

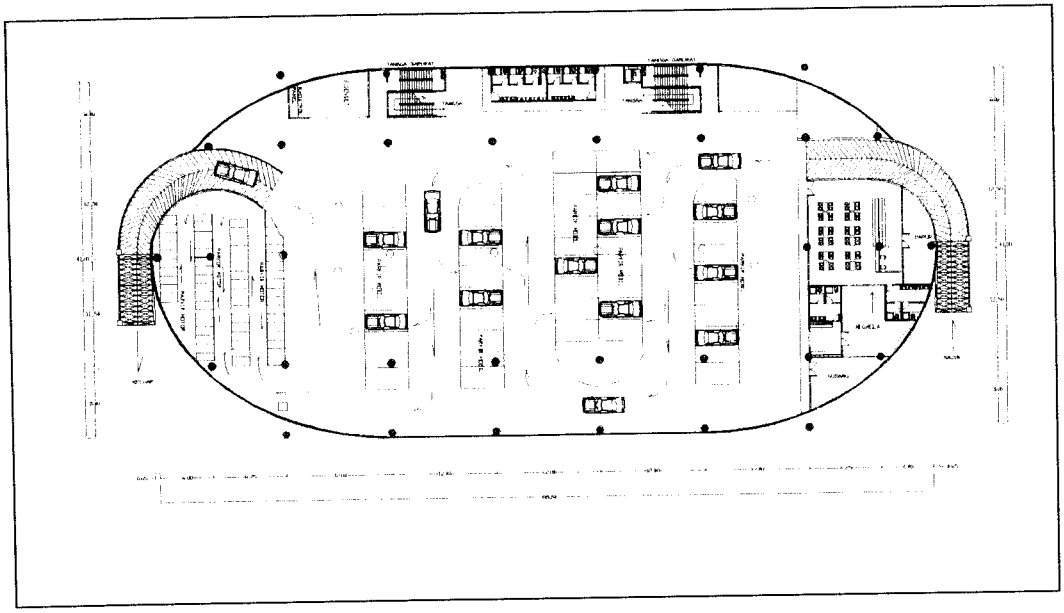
SCHEMATIC DESIGN

SAPTA HERI B.R

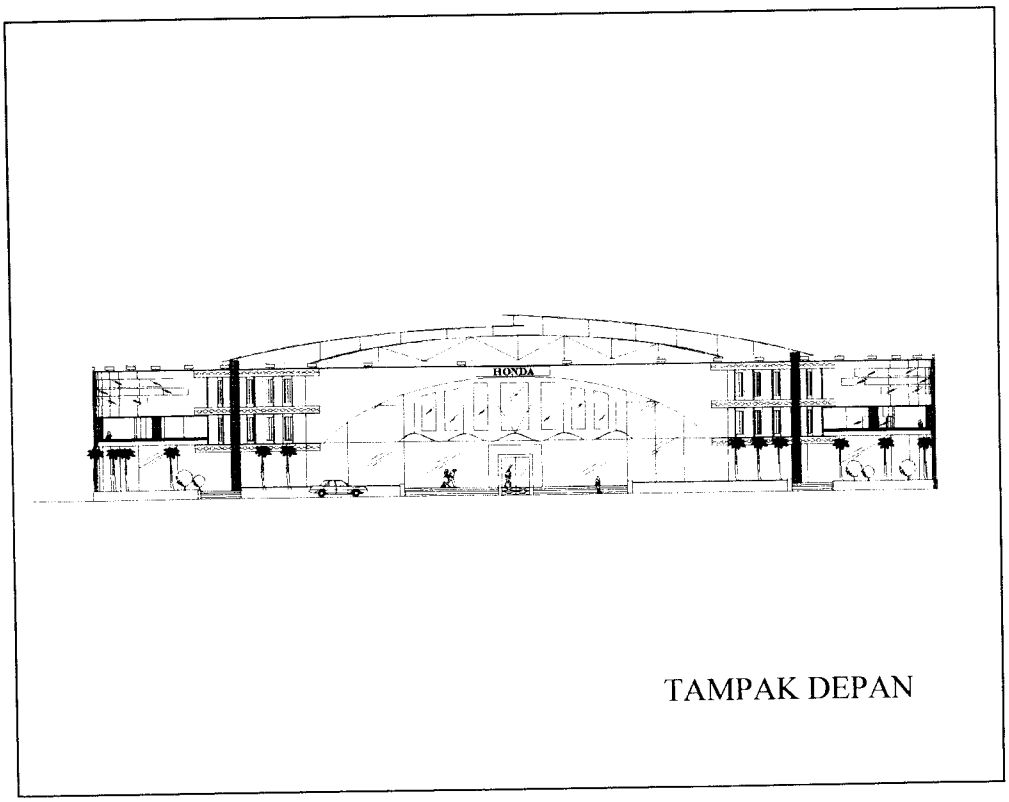
SITE PLAN



DENAH LANTAI 2



BASEMENT



TAMPAK DEPAN

BAB III

DESIGN DEVELOPMENT

Setelah melewati tahap schematic design, proses pengembangan desain dilakukan di studio perancangan selama 54 hari kerja dari jam 08.00 – 16.00 WIB. Selama proses studio ini terdapat peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh panitia dan peserta akan dikenakan sangsi apabila tidak mengikuti aturan-aturan selama distudio berlangsung. Peserta dibebaskan memilih teknis menggambar yang akan mereka pakai yaitu memakai computer atau manual. Disini penulis menggunakan media computer.

Selama proses pengembangan desain banyak terdapat hambatan-hambatan yang terjadi khususnya yang memakai computer diantaranya adalah:

1. seringnya lampu mati sehingga penulis harus berhenti menggambar dan pulang karena lampu nggak hidup-hidup.
2. penempatan meja komputer dekat jendela yang membuat silau dan membuat pedih dimata.
3. software yang untuk mengambar sering eror dan harus menginstal lagi sehingga waktu akan sedikit terbuang.
4. kemudian suasana yang ramai distudio butuh adanya penyesuaian dan konsentrasi yang lebih.

Untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut penulis berusaha untuk rajin masuk dan menggunakan waktu seefektif mungkin yaitu dengan membuat target gambar yang sekiranya sangat diperlukan untuk menjawab permasalahan yang saya angkat pada tugas akhir ini.

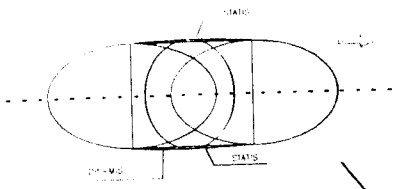
Pada tahap pengembangan desain tersebut terdapat perubahan-perubahan kecil yang bertujuan untuk mendapatkan desain yang paling optimal, tetapi perubahan–perubahan itu tidak terlepas dari konsep dasar yang saya dapatkan dari proses schematic design. Berbagai perubahan desain akan dijelaskan didalam laporan perancangan.

Hasil dari proses pengembangan distudio adalah sebagai berikut :

3.1. PENJELASAN GAMBAR KERJA SERTA PERUBAHAN

3.1.1. konsep bentuk massa bangunan

konsep awal (schematic)

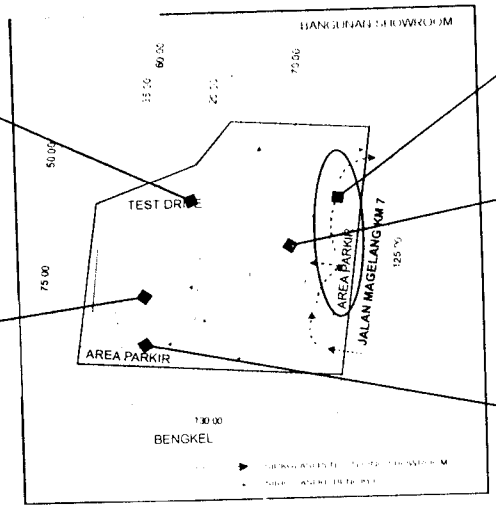


Diambil dari bentukan elips

Mampu meneruskan pengaliran angin dgn meminimalisir pemantulan angin

Mempunyai koefisien bentuk yang mampu mereduksi beban angin sebesar 40%

Penempatan pada site



Area test drive

Area parkir pengunjung showroom

Massa bangunan showroom

Massa bangunan bengkel

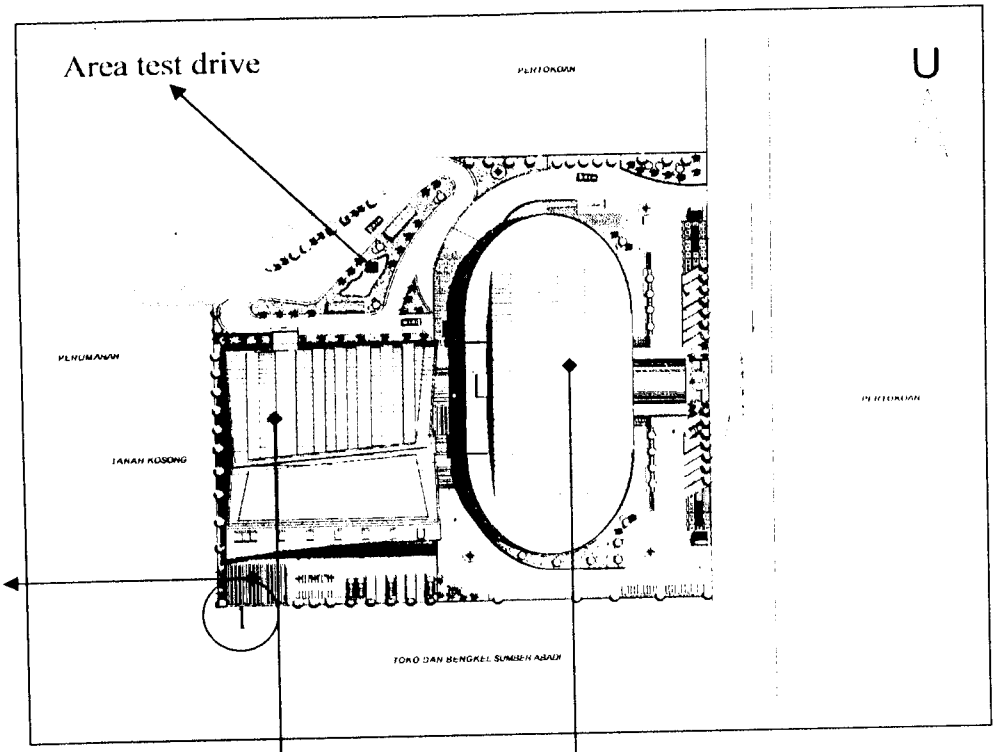
Area parkir pengunjung bengkel

Konsep perancangan

Bangunan ini terdiri dari tiga gubahan massa utama yaitu : massa yang berbentuk elips difungsikan sebagai showroom /ruang pamer, pengelola showroom, retail-retail aksesories, parkir dan pendukung lainnya, sedangkan massa yang berntuk persegi panjang difungsikan sebagai bengkel, dan massa satunya difungsikan sebagai tempat cuci mobil.

Massa showroom diletakkan didepan untuk kemudahan pencapaian dan biar dilihat dari jalan utama yaitu jalan magelang (sesuai dengan konsepnya untuk memberikan penampilan aerodinamis)

SITUASI BANGUNAN



Ruang cuci mobil kapasitas 3 mobil

Massa kedua berfungsi sebagai bengkel dengan menggunakan penutup atap lengkung yang mampu mengalirkan udara dengan baik. Massa ini ditempatkan dibelakang bangunan showroom untuk menghindari kesan kotor

Massa utama berbentuk elips dengan atap lengkung sesuai dengan konsep awal untuk memberikan penampilan bangunan aerodinamis (mampu meminimalisir pemantulan angin)
Massa ini ditempatkan didepan dengan mengunakan material kaca pada dinding depan dan sampingnya, supaya mobil pameran bisa dilihat dari luar bangunan

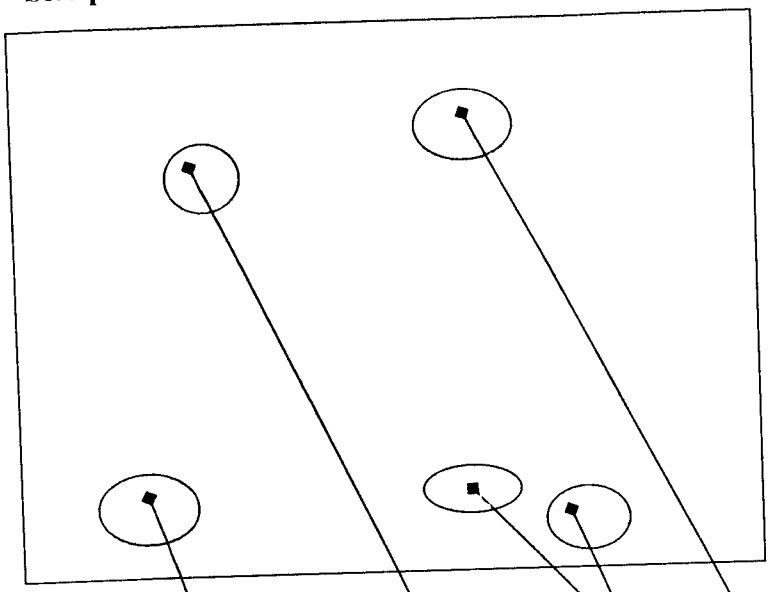
1. tempat pencucian mobil
Pada tahap perancangan schematic belum terdapat ruang cuci mobil, tetapi untuk melengkapi fasilitas dibengkel perlu ditambahkan ruang pencucian mobil dan diletakkan didekat bengkel untuk kemudahan akses dari bengkel

3.1.2. SITE PLAN

site menggunakan tanah kosong dengan luas 13670 m2

orientasi massa menghadap kearah timur yaitu menghadap kejalan magelang, untuk memberikan view/penampilan aerodinamis dari jalan magelang (jalan utama) dan mendapatkan kemudahan dalam sirkulasi.

Site plan schematic



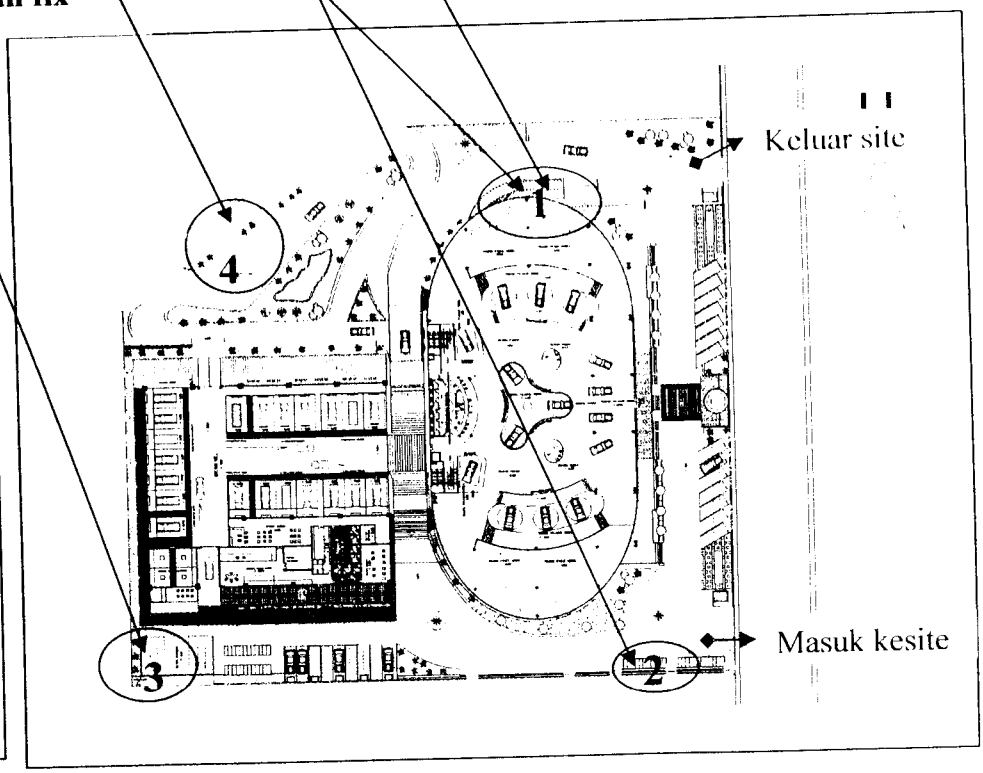
1. Ramp basement
Untuk kemudahan sirkulasi kebasement dan melihat perilaku pengunjung maka ramp masuk ditempat bersebelahan dengan ramp keluar di sisi kiri bangunan.

2. Area Parkir Motor
adanya penambahan fasilitas parkir out door motor supaya mudah dalam penataan dan kemudahan akses ke bangunan showroom

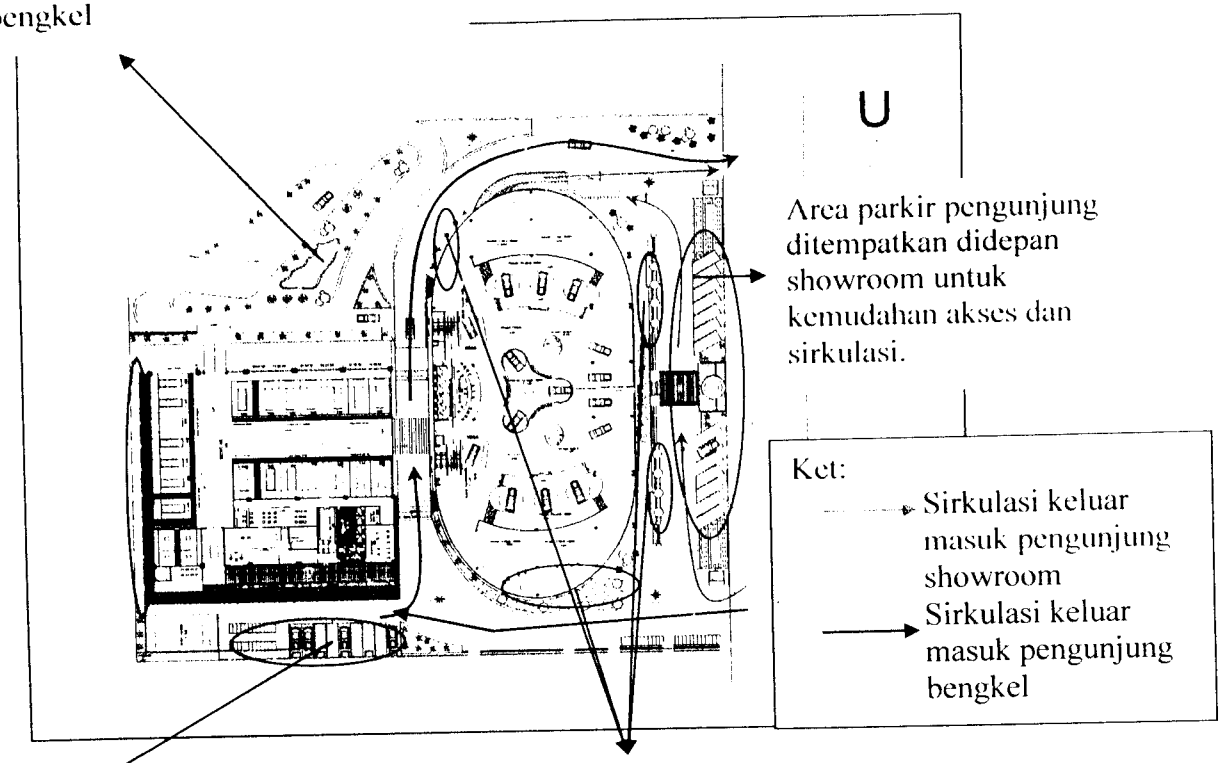
Site plan fix

3. Cucian mobil
penambahan cucian mobil, untuk melengkapi fasilitas yang ada di bengkel

4. Area test drive
perubahan sedikit pada sisi kiri test drive (pengurangan taman) dimaksutkan untuk memperluas ruang uji coba yang digunakan untuk test rem



Area test drive ditempapkan di tempatkan disebelah showroom dan disebelah belah bengkel untuk kemudahan keluar masuk bengkel



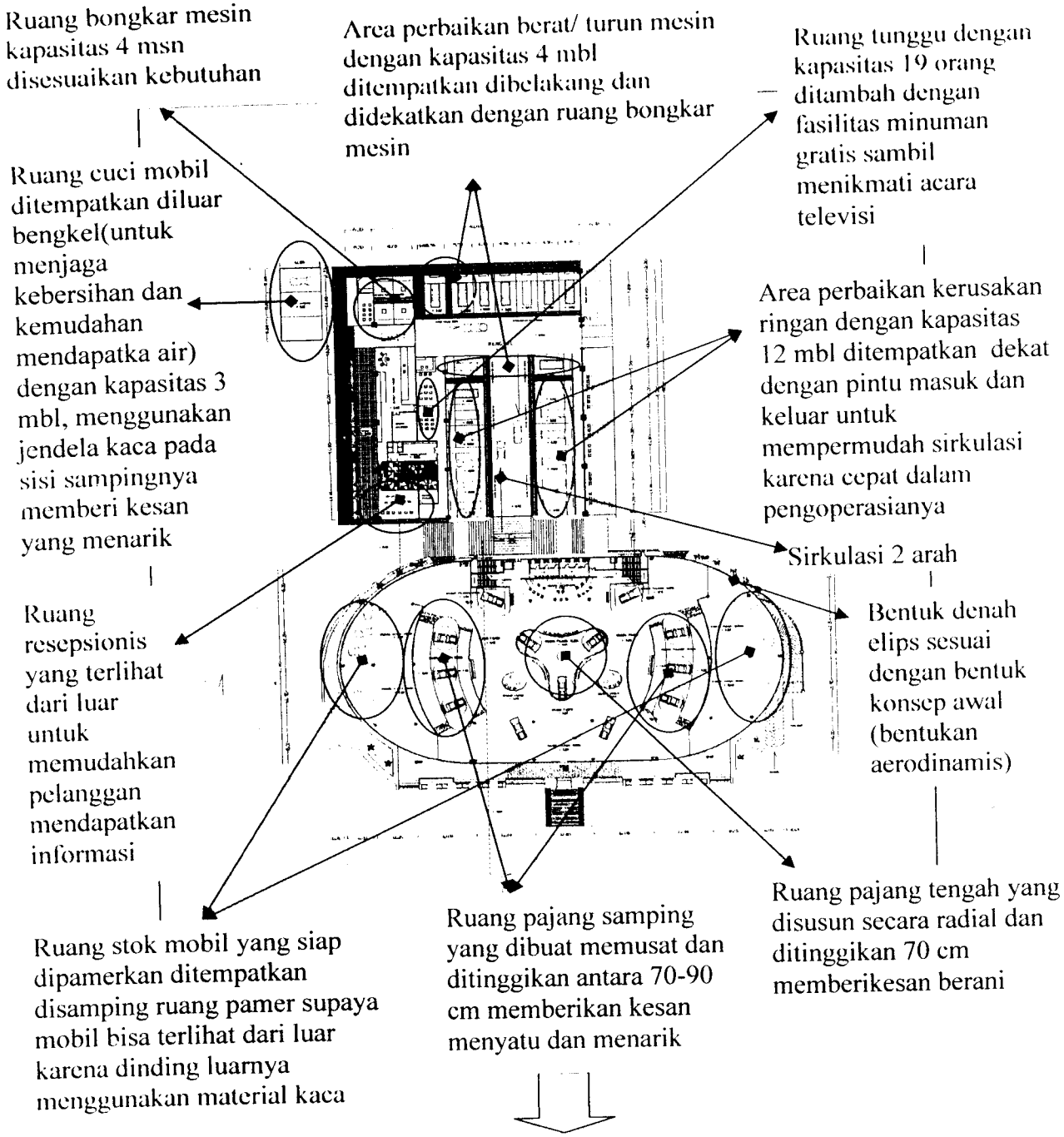
Area parkir pengunjung bengkel ditempatkan didepan bengkel untuk kemudahan akses kebengkel.

Penempatan tumbuh-tumbuhan didepan ,samping dan belakang bangunan difungsikan sebagai pemfilter sinar matahari

Parkir
Area parkir dibagi menjadi dua yaitu out door dan indoor
Kapasitas parkir out door baik untuk showroom dan bengkel
Kapasitas parkir showroom: mobil =14 mobil
Motor =23 motor
Kapasitas parkir bengkel : mobil =9 mobil
Motor = 24 motor

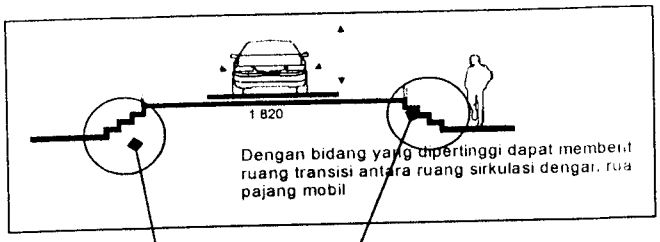
3.1.3 DENAH LANTAI 1

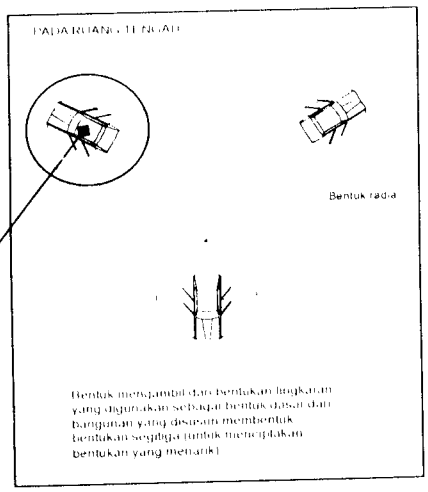
Untuk membuat supaya mobil pajang dapat terlihat jelas dari luar maka lantai 1 ini dinaikkan 0.90 m dari permukaan tanah dengan ketinggian ruangan 5 m. fungsi utama pada lantai 1 ini digunakan untuk ruang pamer, informasi, dan ruang stok mobil. Sedangkan pada bagunan bengkel fungsi utamanya untuk ruang reparasi, r. penjualan onderdil, r. tunggu, r resepsionis, dan r. bongkar mesin. sedangkan untuk tempat cuci mobil ditempatkan diluar bengkel (untuk kemudahan sirkulasi)



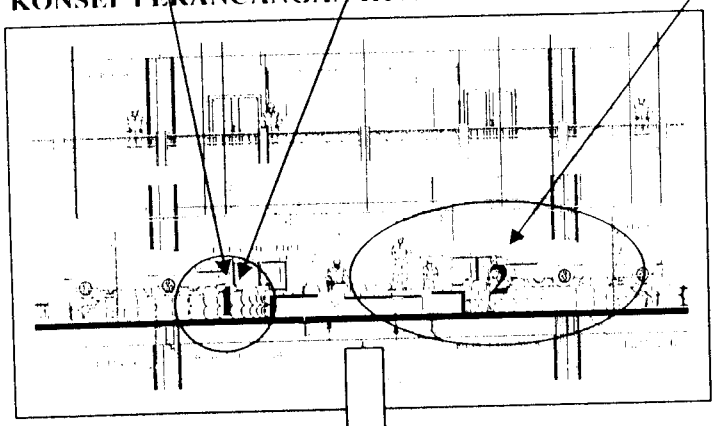
3.1.3.1 KONSEP RUANG PAMER YANG ATRAKTIF

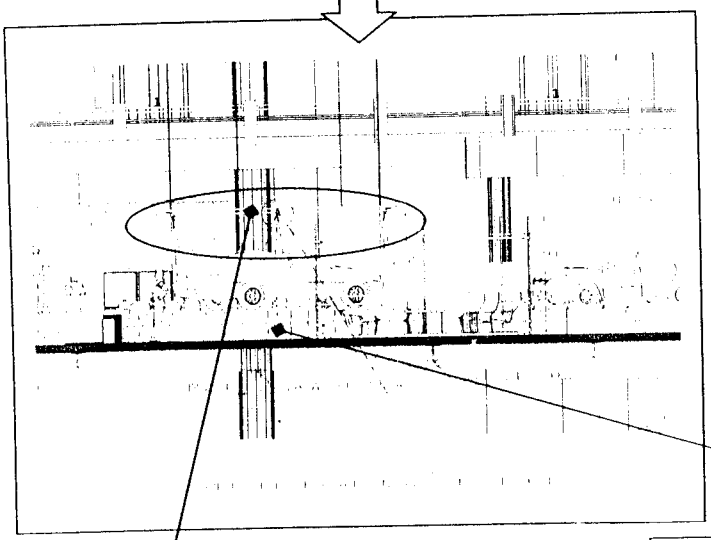
Konsep awal (schematic)





KONSEP PERANCANGAN RUANG PAJANG TENGAH



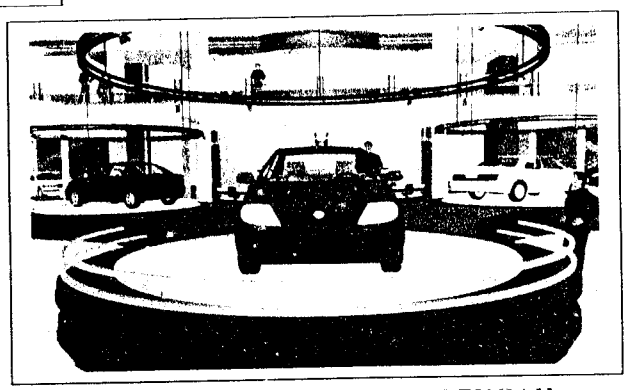


1. adanya perubahan pada sisi-sisi samping ruang pajang yang semula dibuat tangga memutar digantikan dengan bentukan setengah lingkaran yang disusun memanjang dengan sedikit tangga untuk pengunjung naik ke ruang pajang, memberikan kesan ruang pajang lebih menarik

2. bentuk lingkaran yang disusun radial tetap dipertahankan karena mampu memberikan bentukan yang berbeda

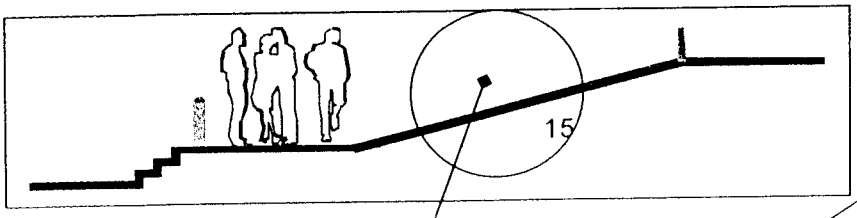
Ruang pajang ditinggikan 70 cm
Memberi kesan berani

Untuk pencahayaan pada ruang pajang tengah menggunakan lampu sorot terarah dengan 6 sumber yang membentuk sudut 60o yang digantung pada pipa melingkar dengan diameter 5,10 m dan ketinggian 2,50 m untuk mendapatkan penyinaran yang sempurna dan membuat menarik pada benda pamer



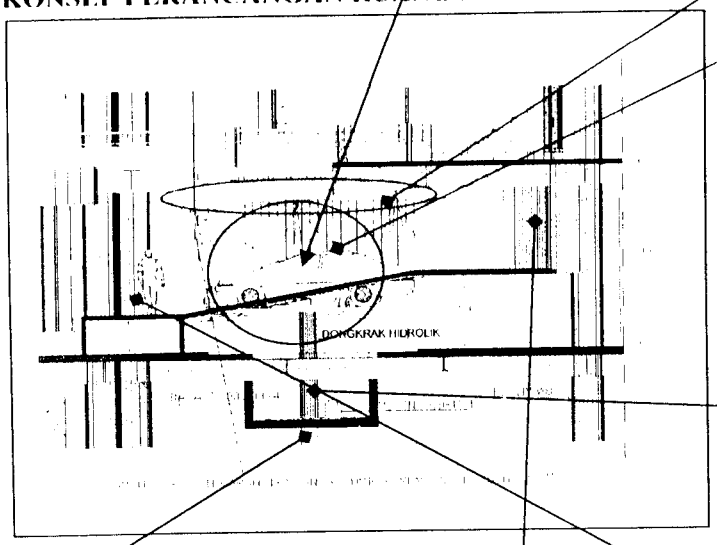
MODEL RUANG PAJANG TENGAH

Konsep awal (schematic)



Pada ruang pajang tengah menggunakan lampu sorot terarah dengan 3 sumber yang membentuk sudut 120o , memberi efek terang pada bagian samping dan depan

KONSEP PERANCANGAN RUANG PAJANG SAMPING



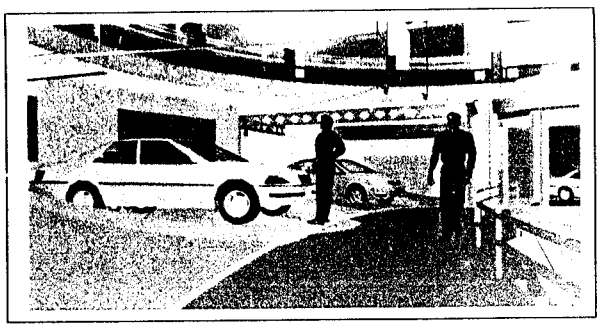
Pada ruang pajang samping ada sedikit perubahan terhadap posisi perletakan mobil yaitu mobil tetap pada posisi datar tidak jadi dimiringkan untuk kemudahan perletakan mobil yang diangkat dengan pompa hidrolik

Pompa hidrolik untuk mengangkat mobil pajang

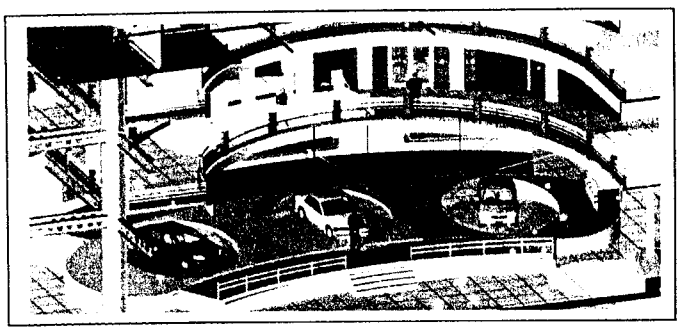
Untuk menyangga pompa hidrolik digunakan kolom penyangga karena bebannya memusat

Konfigurasi alur gerak pada ruang pamer yang dikombinasi dengan pola ketinggian lantai untuk menciptakan sirkulasi pengunjung yang menarik

Dengan adanya poster-poster yang dipajang dibelakang ruang pajang diharapkan dapat menambah ruang pajang menjadi lebih menarik



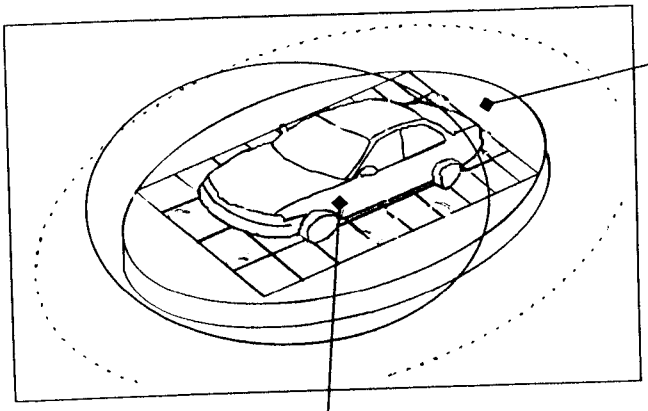
DARI SAMPING



DARI DEPAN ATAS

MODEL RUANG PAJANG SAMPING

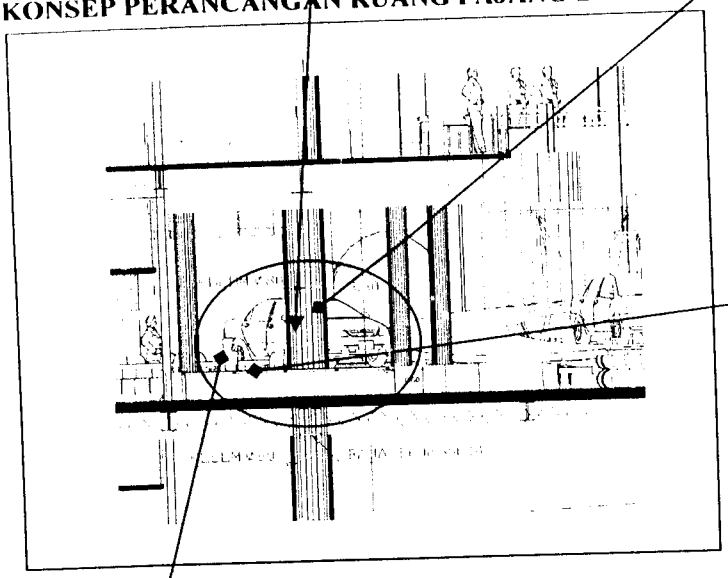
KONSEP AWAL (SCHEMATIC)



Bentuk ruang pajang bulat dengan material kaca ditengahnya

Pada ruang pajang ini terdapat perubahan pada bentukannya yaitu yang semula bulat diubah menjadi bentukan trapezium dengan bentuk lengkung disudutnya, bentuk itu disesuaikan letaknya yang dibelakang dan adanya background kaca yang akan memberikan benda pamer kelihatan melayang

KONSEP PERANCANGAN RUANG PAJANG BELAKANG



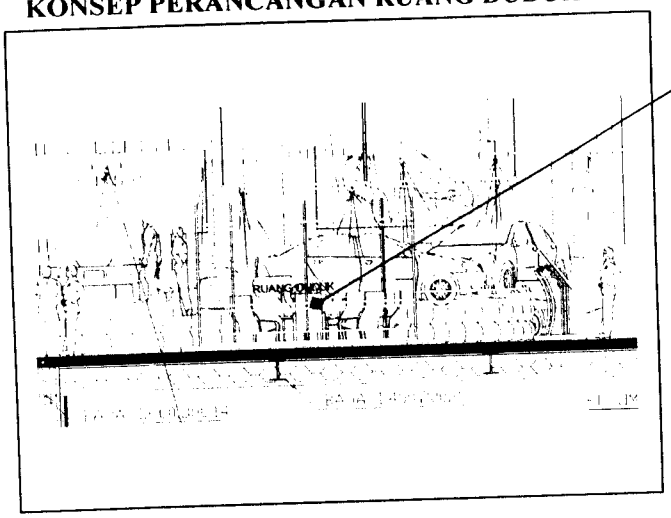
Material yang digunakan untuk alas mobil menggunakan kaca (flexi glass) dengan tebal 2 cm supaya pencahayaan dari bawah bisa tembus dan menyinari mobil, untuk menambah kekuatan pada kaca digunakan rangka baja yang dilapisi dengan bahan elastis

Pencahayaan menggunakan lampu sorot keatas dengan bahan bercahaya untuk menghasilkan efek cahaya keatas yang membuat mobil pajang kelihatan lebih hidup

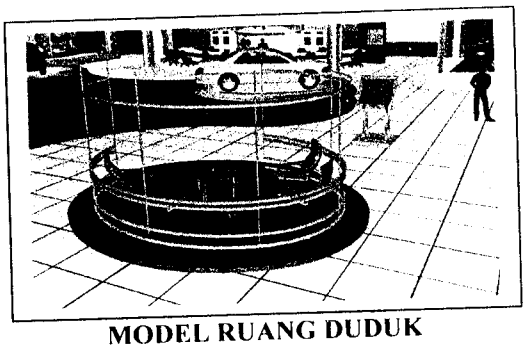
MODEL RUANG PAJANG BELAKANG

Untuk mendapatkan ruang pamer yang atraktif perlu ditambahkan tempat duduk untuk melepaskan lelah sementara sambil mendapatkan informasi tentang perkembangan honda, ruangan yang dimaksut antara lain adalah tempat duduk dan ruang informasi

KONSEP PERANCANGAN RUANG DUDUK

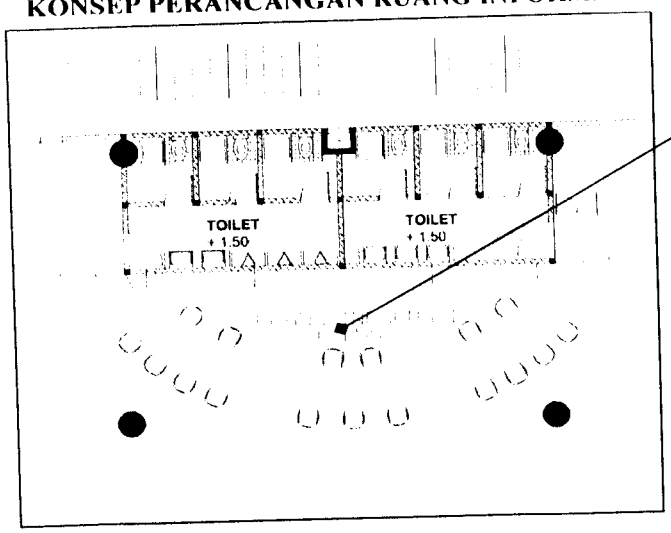


Bentuk ruang duduk diambil dari bentukan aerodinamis pada denah yaitu berbentuk elips dengan dinaikkan 5cm dari permukaan lantai dan ditambah dengan jeruji2 pipa untuk mendapatkan tempat duduk yang nyaman dan bebas untuk melihat2 mobil pameran

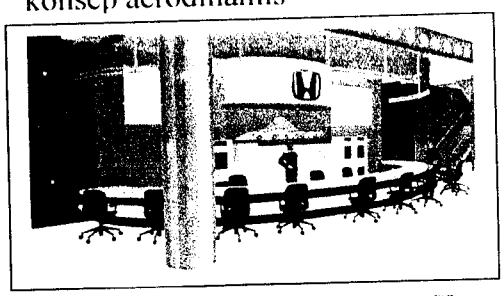


MODEL RUANG DUDUK

KONSEP PERANCANGAN RUANG INFORMASI



Fungsi ruangan ini adalah untuk memeberikan informasi tentang keadaan mobil Honda yang sedang dipamerkan serta perkembang, keunggulan dan teknologi mobil Honda. Bentuk meja mengambil bentukan setengah lingkaran yang mengambil dari bentukan konsep aerodinamis

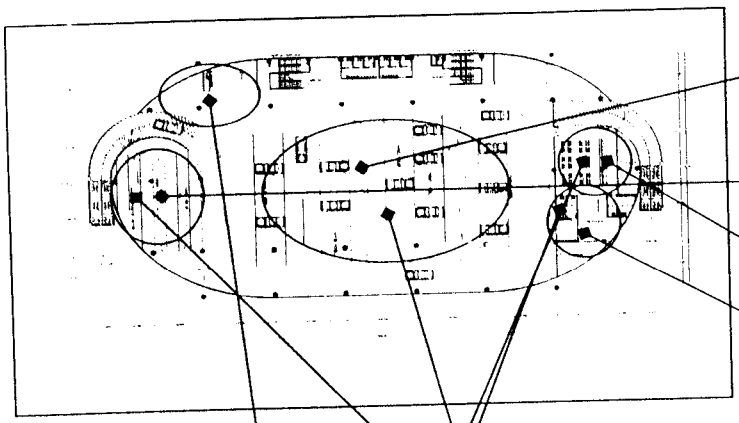


MODEL RUANG INFORMASI

3.1.4. DENAH BASEMENT

Lantai basement ini berada dibawah lantai ruang pamer dan stok mobil dengan ketinggian antar lantai -4m dengan dinaikkan 90cm dari permukaan tanah, guna untuk mengangkat lantai diruang pamer. Fungsi utama adalah sebagai ruang parkir (mobil dan motor) selain itu juga terdapatnya kantin untuk pengelola baik pengelola bengkel atau showroom, mushola untuk pengunjung dan pengelola dan untuk utilitas pendukung bangunan.pada lantai basement ini juga digunakan sebagai pondasi yang lebih stabil.

KONSEP AWAL (SCHEMATIC)



Area parkir mobil dengan kapasitas 35 mobil

Area parkir motor

Kantin untuk pengelola

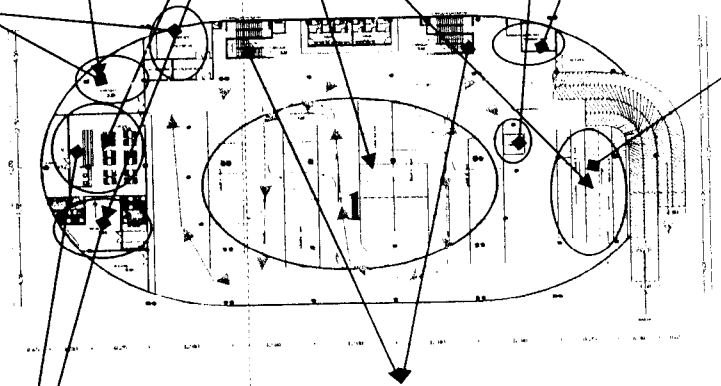
Mushola

Ruang security yang ditempatkan dekat akses keluar masuk memudahkan untuk pengontrolan

KONSEP PERANCANGAN

Bak air sementara

Ruang MEE yang terdiri dari ruang panel listrik dan genset dan chiller



Penempatan parkir motor digeser kekanan untuk kemudahan sirkulasi dan mendapatkan pengamanan yang baik karena dekat dengan ruang security

Entrance bangunan dari basement lewat anak tangga

Kantin dan mushola dipindahkan tempatnya untuk menambah kenyamanan dan menghindari kebisingan mobil dan motor naik turun.

1. AREA PARKIR MOBIL

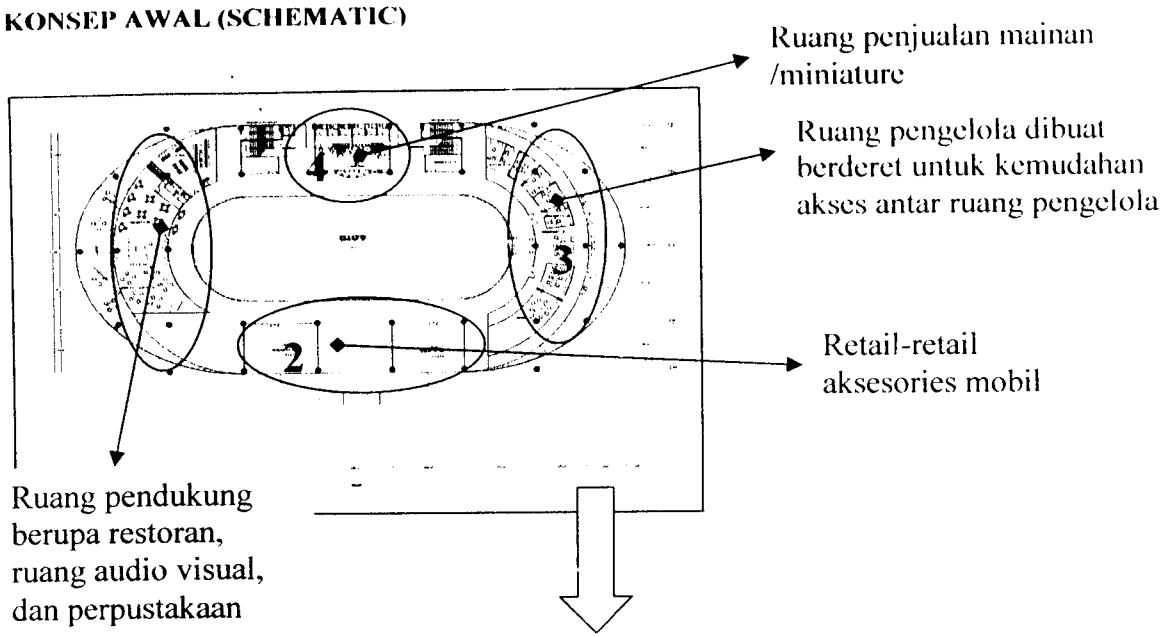
Parkir mobil tetap mempertahankan konsep awal yaitu berada ditengah bangunan yang berkapasitas 35 mobil dengan sirkulasi parkir searah dan menerus guna untuk kemudahan akses dan menghindari cross circulation.untuk kemudahan keluar masuk parkir antar mobil parkir dikasih jarak 6m

Pada denah basement ini terdapat perubahan-perubahan karena penempatan ram mobil yang dipindahkan tempatnya dengan pertimbangan sirkulasi dan kenyamanan perilaku pengunjung untuk memarkir kendaraannya. ruangan yang dipindahkan adalah ruang parkir motor dipindah dekat dengan ram masuk dan keluar menempati kantin dan mushola, sedangkan kantin dan mushola dipindahkan kesebelah kiri supaya tidak terlalu bising. untuk parkir mobilnya tetap dipertahankan dengan pola sirkulasi searah dan menerus

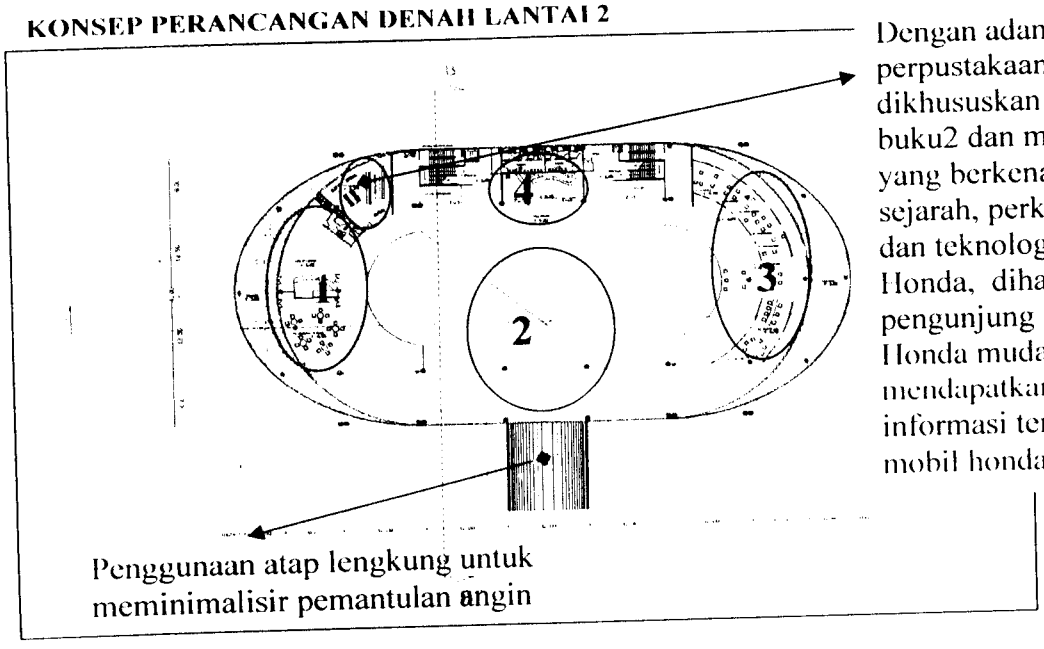
3.1.5. DENAH LANTAI 2

fungsi yang dominan pada lantai 2 adalah sebagai ruang pengelola utama bangunan dan terdapat juga fasilitas pendukung berupa retoran, ruang audio visual, perpustakaan, dan ruang mainan (miniature)

KONSEP AWAL (SCHEMATIC)



KONSEP PERANCANGAN DENAH LANTAI 2



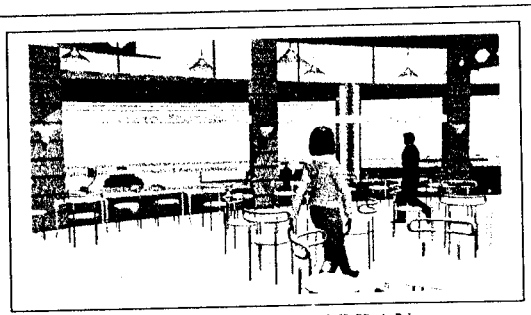
1. Ruang audio visual dan restoran dibuat berdekatan untuk kemudahan akses dan diletakkan dekat dengan teras samping untuk ruang duduk2 sambil menikmati udara segar

2.pada schematic design bagian depan terdapat retail2 aksesories yang kemudian pada perancangan terdapat perubahan yaitu void diperlebar untuk mendapatkan kesan memanjang dari bawah keatas dan untuk memanfaatkan pencahayaan alami dari atas, selain itu supaya penggunjung yang diatas (dilantai 2 dan 3)dapat melihat mobil pajang dilantai 1.
Retail-retail yang dilantai 2 dipindahkan dan dikumpulkan dilantai 3 memberikan kemudahan pengunjung untuk mendapatkan aksesories

3. Pada ruangan pengelola ini tetap dipertahankan bentuk dan kedudukannya karena memberikan kemudah bagi pengelola dan pengunjung untuk bertransaksi. Ruangan ini juga berdekatan dengan teras samping yang difungsikan sebagai tempat duduk2 untuk menghilangkan kejenuhan

4. diruang miniature ini juga tidak terjadi perubahan. Ruangan ditempatkan didekat tangga untuk menarik minat pengunjung yang sedang melewatinya

MODEL TERAS SAMPING



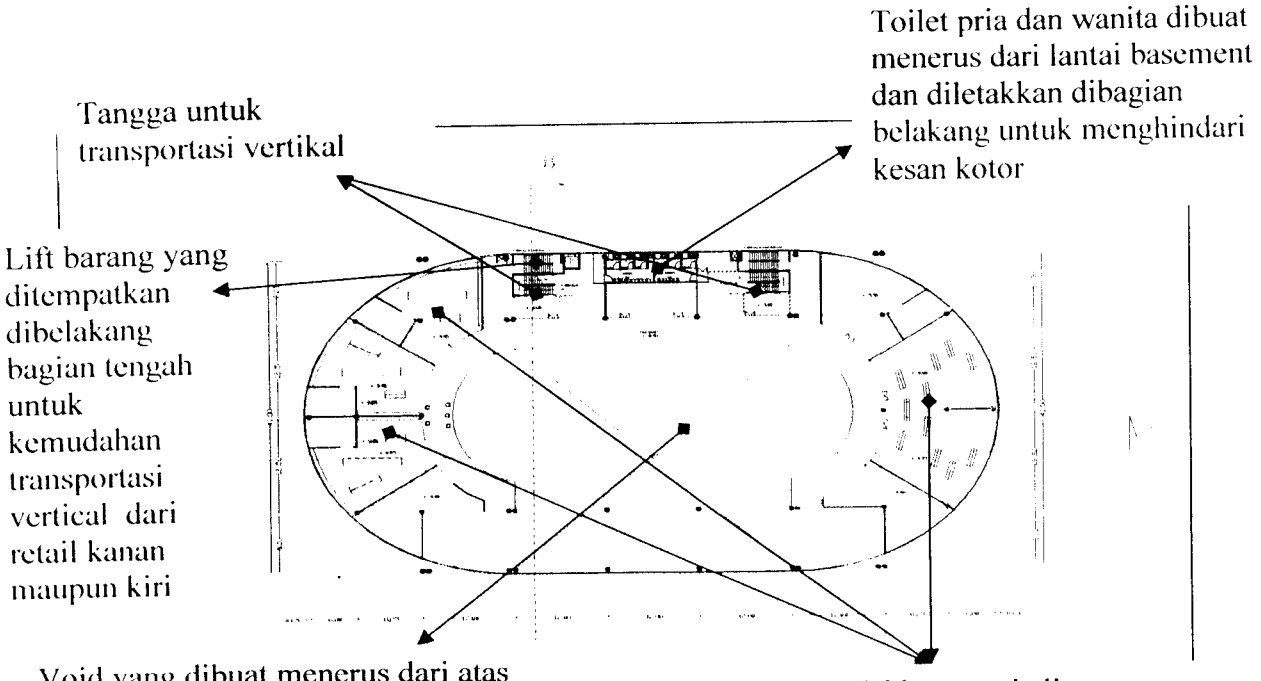
MODEL RESTORAN

DENAH LANTAI 2

Pada denah lantai dua ini terdapat pengurangan bentuk dari lantai 1 tetapi masih menggunakan bentuk elips sesuai konsep semula yaitu mudah untuk pengaliran dan meminimalisir pemantulan angin. Pada samping-samping denah terdapat teras yang difungsikan untuk tempat duduk2.

3.1.6. DENAH LANTAI 3

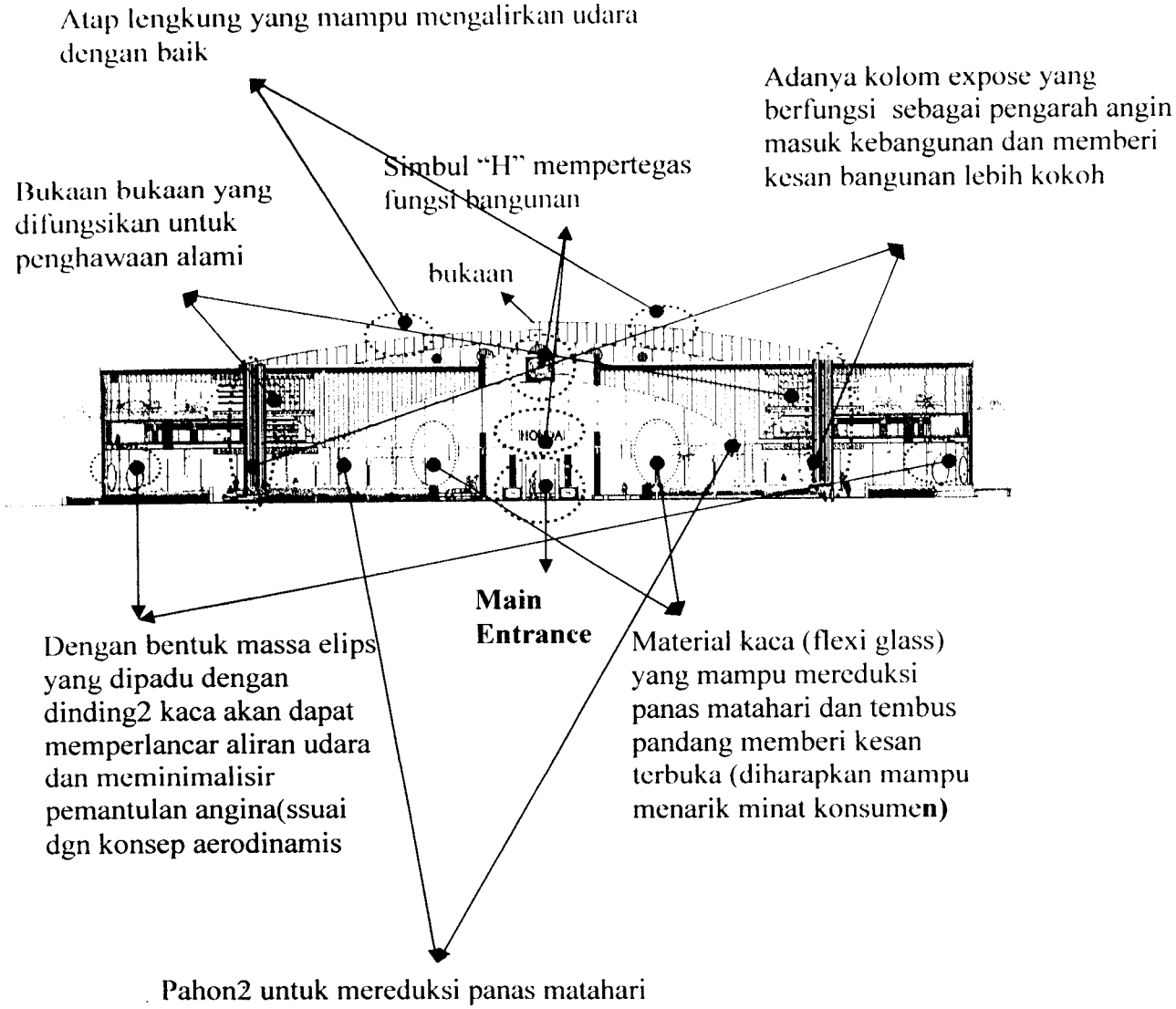
Denah lantai 3 didominasi untuk ruang retail-retail aksesories dengan peninggian lantai 4 meter. Adanya void yang difungsikan untuk meneruskan pencahayaan alami dari atas



Pada denah lantai 3 ini menggunakan bentukan denah lantai 1 yang sesusi dengan konsep mampu meminimalisir pemantulan angin.

3.1.7. KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN AERODINAMIS

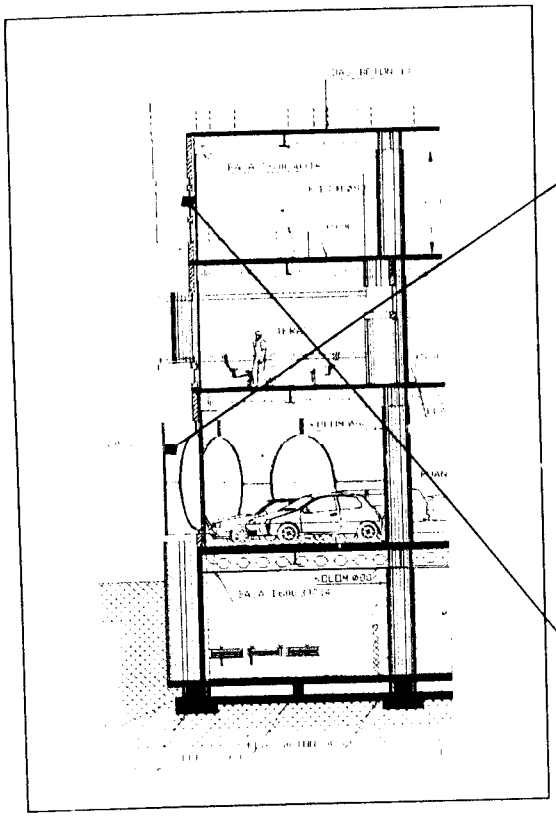
3.1.7.1. TAMPAK TIMUR / DEPAN



MODEL TAMPAK DEPAN

3.1.7.2. DINDING KACA

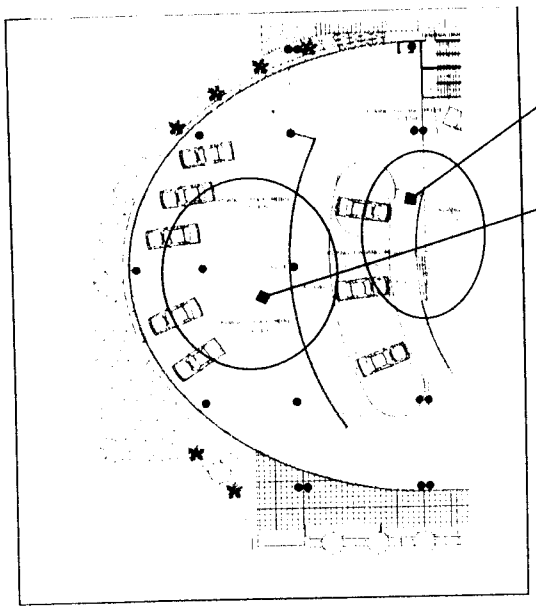
Bangunan showroom ini sebagian besar bagian depannya menggunakan material kaca sesuai dengan fungsinya untuk memberikan kesan terbuka dan supaya mobil yang dipamerkan dapat dilihat dari luar bangunan.



Material yang digunakan pada dinding showroom bagian samping dan depan menggunakan material kaca (flexi glass) yang diopen dengan bentukan lengkung yang disusun dengan disoldier atau dilem dan untuk penguatnya menggunakan frame aluminium yang dilengkungkan untuk bagian atas dan bawahnya sedangkan untuk kekuatan vertical dibuat frame aluminium lurus keatas yang dipasang setiap 2-3 meter

Dinding kaca untuk pencahayaan alami pada ruang riteil

Untuk pemesanan kaca lenkung elips ada dua ukuran /diameter sbb:

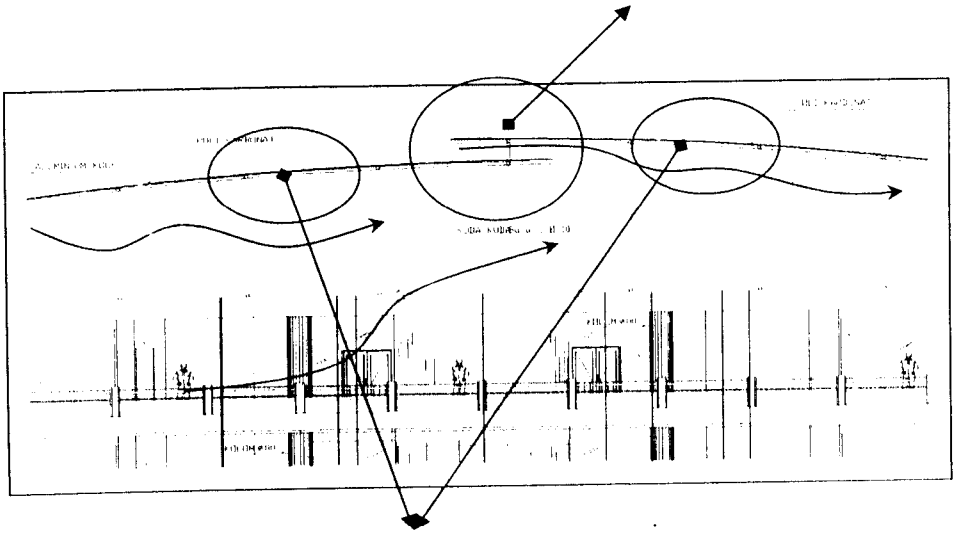


Diameter kecil adalah 42.50^0

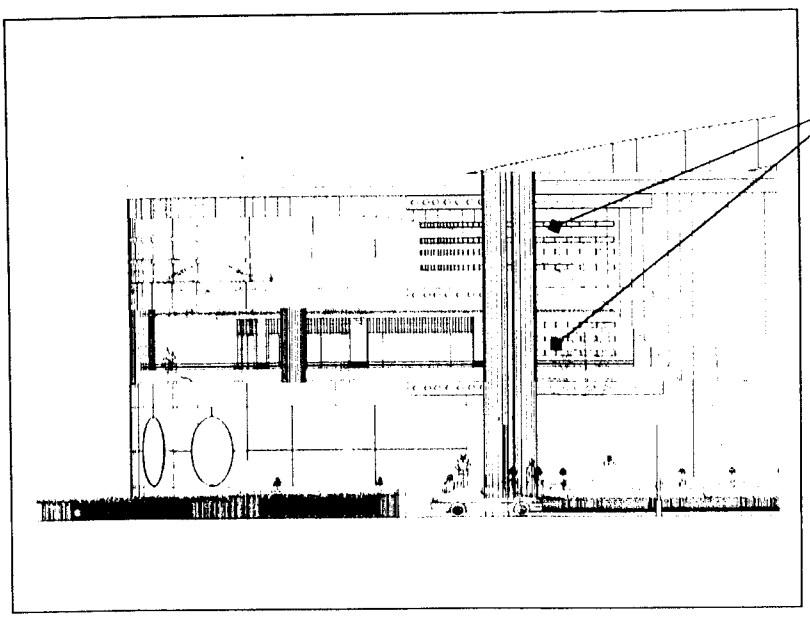
Diameter besar adalah 26.90^0

3.1.7.3. ATAP DAN BUKAAN

Dengan adanya bukaan pada atap
Udara panas yang naik akan dialirkan
keluar kebukaan bawah atap

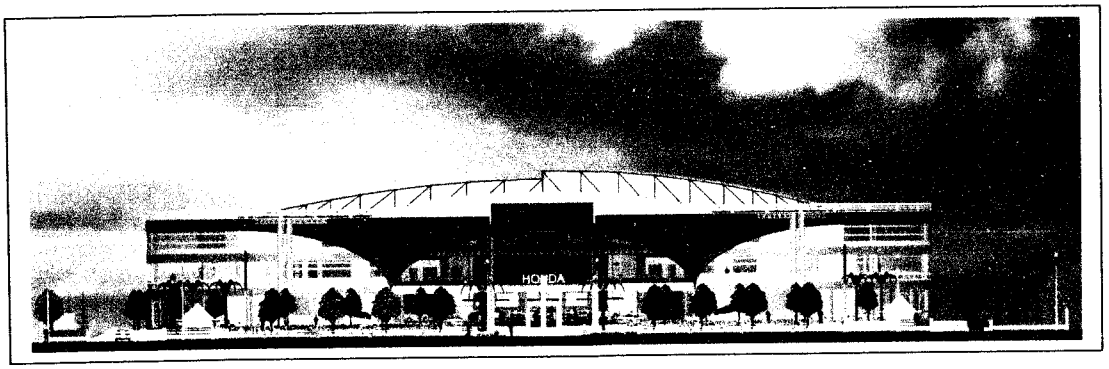


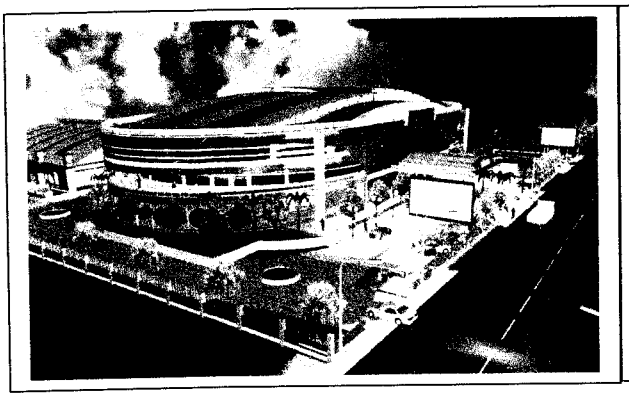
Atap dibuat lengkung menggunakan material polycarbonat 70% yang dikombinasikan dengan aluminium roof untuk memperlancar pergerakan angin dan pencahayaan alami

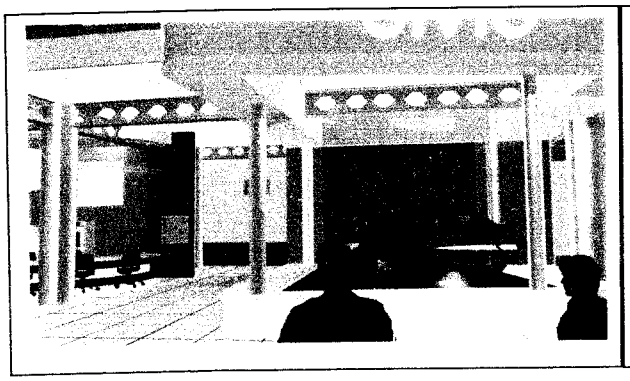


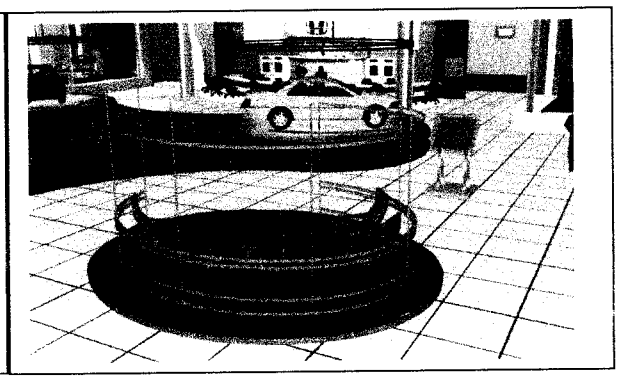
Bukaan-bukaan samping dengan sirip-sisip dalam digunakan untuk pengghawaan alami pada ruangan tengah

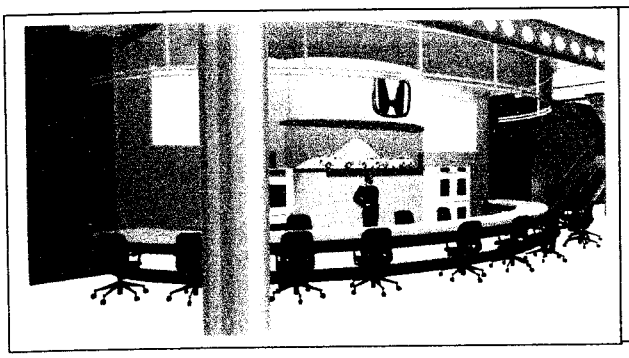
PERSPEKTIF

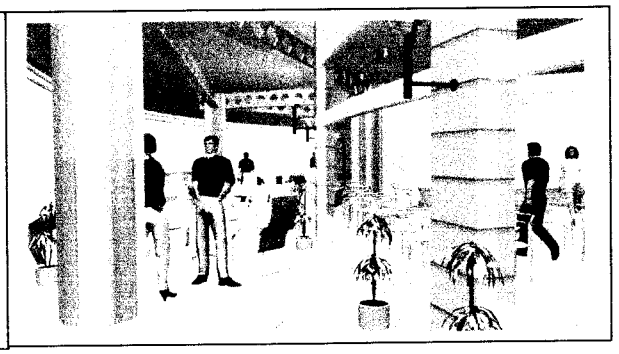




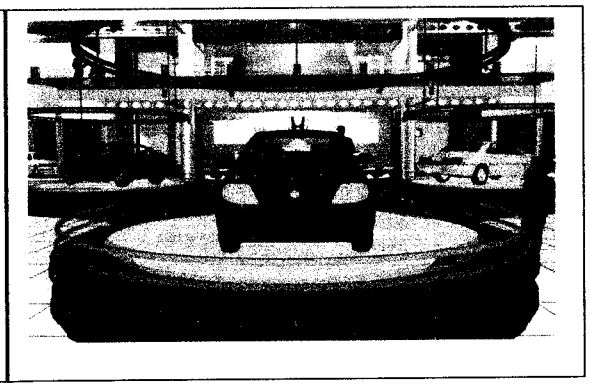


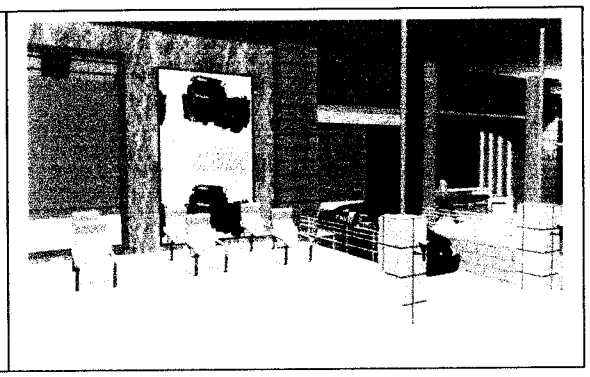


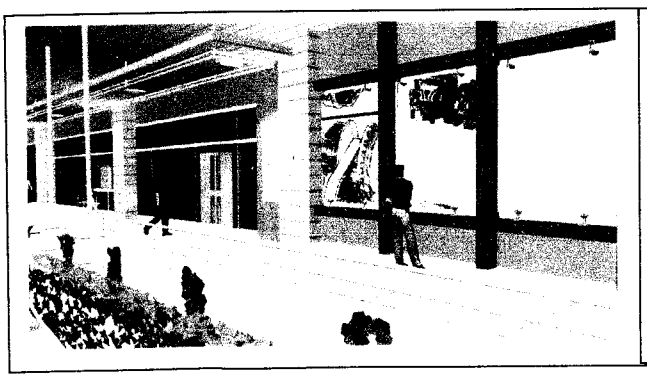


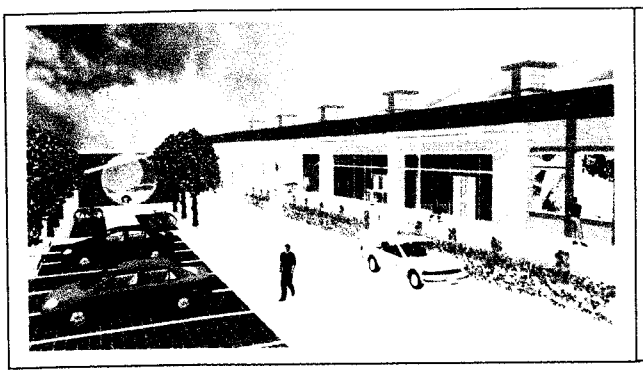


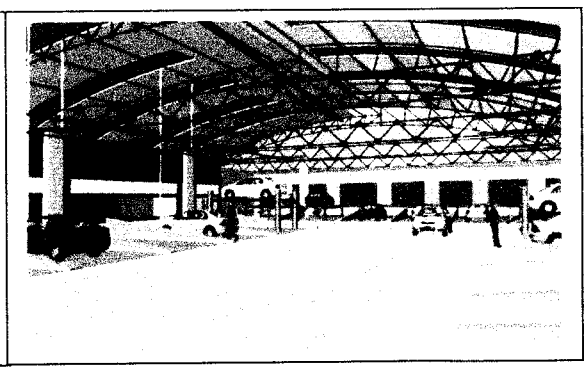

HONDA











DAFTAR PUSTAKA

- Arsitektur Bentuk, Ruang dan Suasananya, Francis D.K Ching, Hal : 205
- Georg. Lippsmeier, Bangunan tropis, Hal : 101-106
- David Moon, shop and Planning design, London. The architecture, Press, 1981, Hal : 10
- Dwi Arry Herru Prasetyo, Jakarta Auto Showroom, Universitas Islam Indonesia 2001
- Edwardt. White, Buku sumber konsep 1985
- Ernst Neufert, Data Arsitek, jilid 1 Edisi 33, Erlangga 1997
- Fitro Siswoyo, pusat showroom sepeda motor, di Jogjakarta, Universitas Islam Indonesia
- Inung Purwati, MT, Materi kuliah Utilitas, Th.A 2002/2003
- Otosport No. 24/ 11. sabtu 22 september 2001, Hal : 7
- Prof. Drs.S. Wojowarsito-W.J.S> Purwadaminta, kamus lengkap, bahasa Inggris-Indonesia. 1983
- Waif Gang Schueller. Struktur bangunan tinggi, Hal ;19
- WWW. Honda-indonesia.com
- WWW.kompas.com
- WWW. Pustral-ugm.com
- YB. Mangun, Wastu Citra, Hal : 31
- YUDP Triple-A, DIY 2002