



BAB II DATA DAN ANALISA

2.1. Tapak dan Lokasi

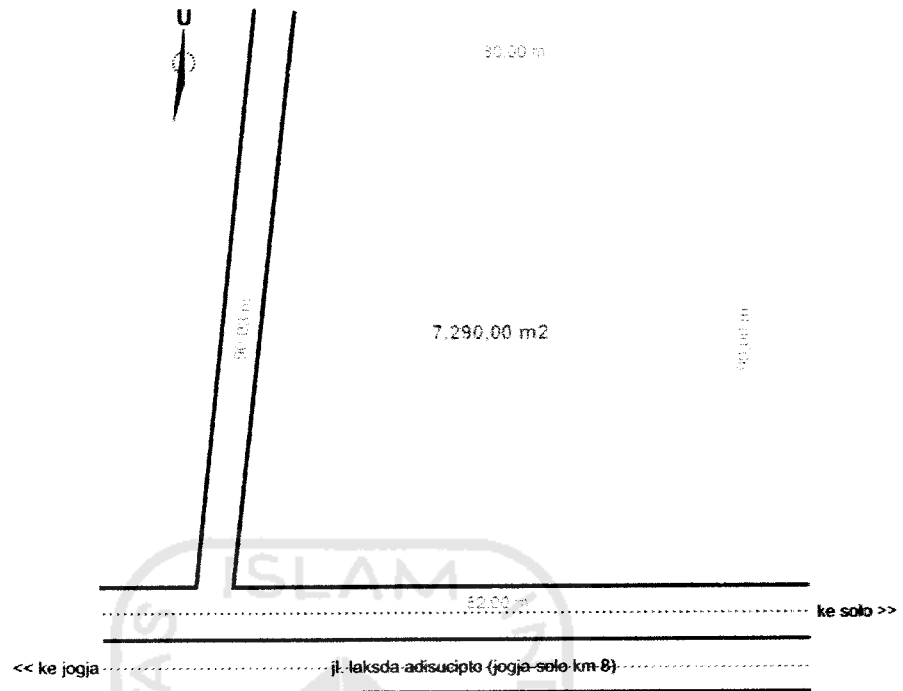
Dalam pemilihan lokasi atau site, mengingat fungsinya sebagai showroom dan pusat komunitas Volkswagen, diperlukan strategi pemikiran yang tepat untuk memenuhi dasar fungsi komersil maupun sosial tersebut. Oleh karena itu, diperlukan beberapa kriteria pemilihan sebagai berikut :

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

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



Gbr. 2.1. Peta lokasi



Gbr. 2.2. Site terpilih

Beberapa bangunan di sekitar lokasi atau site terpilih :

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



Utara



Selatan



Timur



Barat

Gbr. 2.3. Suasana sekeliling lokasi atau site terpilih



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



Gbr. 2.4. Jaringan infrastruktur dan drainase

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

2.2. Tinjauan Konsep Transformasi dari Metamorfosis Kodok

2.2.1. Prinsip dan Teknik Transformasi

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

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



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

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

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

2.2.2. Ciri dan Karakteristik Metamorfosis Kodok

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



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



Gbr. 2.5. Fase metamorfosis kodok

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

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

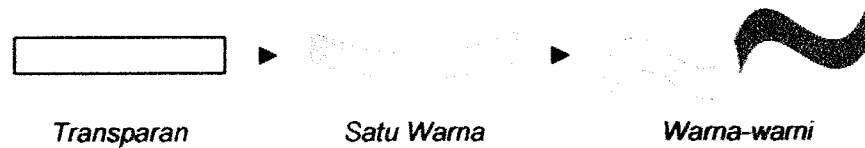
- Perubahan Bentuk



- Perubahan Gerak



- Perubahan Warna



Gbr. 2.6. Refleksi dari fase metamorfosis kodok

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

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

- Aktivitas Showroom

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

- Aktivitas Jual-Beli

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

- Aktivitas Perbengkelan

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

- Aktivitas Modifikasi

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



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

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

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



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

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

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

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

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



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

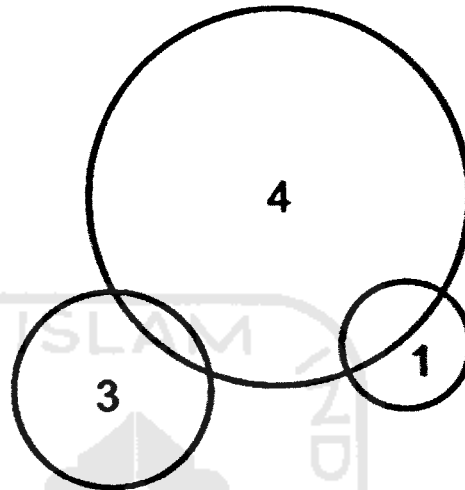
Tabel 2.1. Kebutuhan dan besaran ruang

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

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



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



Gbr. 2.7. Perbandingan besaran ruang

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